

# KHỞI SỰ KINH DOANH





---

International  
Labour  
Organization

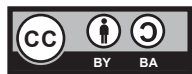
## **KHỞI SỰ KINH DOANH**

**Viết bởi Hakan Jarskog và Douglas Stevenson**

Xuất bản gốc này được xây dựng bởi Văn phòng GYB ILO tại Harare, Zimbabwe  
và đã được Tổ chức Doanh nhân Trẻ của ILO sửa đổi (YEF)

Bản quyền © Tổ chức Lao động Quốc tế 2015

Xuất bản lần đầu năm 2015



Đây là sản phẩm phổ biến rộng rãi được phân phối theo giấy phép IGO của Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo>). Người dùng có thể tái sử dụng, chia sẻ, thích ứng và xây dựng dựa trên tác phẩm gốc, ngay cả với mục đích thương mại, như được mô tả chi tiết trong Giấy phép. Bất kỳ tác phẩm mới nào sử dụng nội dung gốc phải có giấy phép CC-BY-SA. ILO phải được ghi rõ là chủ sở hữu của tác phẩm gốc. Việc sử dụng biểu tượng của ILO không được phép liên quan đến công việc của người sử dụng.

Bản dịch này không phải do Văn phòng Lao động Quốc tế (ILO) tạo ra và không nên coi là bản dịch ILO chính thức. ILO không chịu trách nhiệm về nội dung hoặc tính chính xác của bản dịch này.

**Bản chuyển thể** - Trong trường hợp chuyển thể của tác phẩm này, cần bổ sung từ chối trách nhiệm sau cùng với việc phát hành: Đây là bản chuyển thể của tác phẩm gốc của Văn phòng Lao động Quốc tế (ILO). Trách nhiệm đối với các nhìn nhận và quan điểm thể hiện trong bản dịch này chỉ thuộc về tác giả hoặc tác giả của bản dịch và không được ILO xác nhận. Bản chuyển thể không được xác nhận bởi cơ quan SME của ILO, và không sử dụng thương hiệu và biểu tượng SIYB.

Mọi truy vấn về quyền và giấy phép phải được gửi cho ILO Publications (Quyền và Cấp phép), CH-1211 Geneva 22, Thụy Sĩ, hoặc bằng email đến [rights@ilo.org](mailto:rights@ilo.org).

---

Tổ chức Lao động Quốc tế

Hình thành ý tưởng kinh doanh / Tổ chức Lao động Quốc tế, Phòng Doanh nghiệp. - Geneva: ILO, 2015

ISBN: 9789221287612; 9789221287629 (web pdf); 9789221287636 (set)

Phòng Doanh nghiệp. Tổ chức Lao động Quốc tế

enterprise creation / entrepreneurship / small enterprise

03.04.5

*ILO Cataloguing in Publication Data*

---

Các chỉ dẫn sử dụng trong các ấn phẩm của ILO, phù hợp với thực tiễn của Liên Hợp Quốc, và việc trình bày các tài liệu hướng dẫn trong đó không ngụ ý cho bất kỳ ý kiến nào của Văn phòng Lao động Quốc tế liên quan đến tư cách pháp lý của bất kỳ nước, hoặc của chính quyền, hoặc liên quan đến việc phân định biên giới của nó.

Trách nhiệm về các ý kiến được thể hiện trong các bài báo, nghiên cứu và những đóng góp khác chỉ thuộc về các tác giả và ấn phẩm không phải là sự chứng thực của Văn phòng Lao động Quốc tế về các quan điểm được trình bày trong đó.

Tham chiếu đến tên của các doanh nghiệp và các sản phẩm và quy trình thương mại không ngụ ý sự chứng thực của Văn phòng Lao động Quốc tế và bất kỳ sự cố từ việc đề cập đến một công ty, sản phẩm hoặc quy trình thương mại nào cũng không phải là do không chứng thực.

Các ấn phẩm và sản phẩm số của ILO có thể mua thông qua các nhà sách lớn và các trang bán hàng trực tuyến hoặc được đặt hàng trực tiếp từ [ilo@turpin-distribution.com](mailto:ilo@turpin-distribution.com). Để biết thêm thông tin, hãy truy cập trang web của chúng tôi: [www.ilo.org/publns](http://www.ilo.org/publns) hoặc liên hệ [ilopubs@ilo.org](mailto:ilopubs@ilo.org).

---

In tại Thụy Sĩ

## **Giới thiệu về Chương trình Khởi sự và Tăng cường khả năng Kinh doanh**

Chương trình Khởi sự và Tăng cường khả năng Kinh doanh (SIYB) là một chương trình đào tạo nghiệp vụ do Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) phát triển và đã được giới thiệu ở hơn 100 quốc gia trên thế giới. Đây là chương trình đào tạo doanh nhân và quản lý doanh nghiệp cho những người khởi sự doanh nghiệp tiềm năng và các doanh nghiệp nhỏ đang hoạt động.

ILO thực hiện chương trình IYB thông qua các giảng viên đã được chứng nhận và được đào tạo bởi các giảng viên cao cấp của ILO. Giảng viên cao cấp do ILO cấp phép có trách nhiệm phát triển năng lực của các cơ quan đối tác và đội ngũ giảng viên để thực hiện đào tạo chương trình SIYB một cách hiệu quả cũng như kiểm soát chất lượng và điều phối chương trình.

Các giảng viên SIYB đã qua đào tạo sẽ thực hành thông qua các gói đào tạo SIYB cho các doanh nghiệp tiềm năng và đang hoạt động. ILO đóng một vai trò quan trọng trong việc xác định và phổ biến các kinh nghiệm thực hành tốt, theo dõi hoạt động của các giảng viên cao cấp, phát triển thêm các giảng viên cao cấp, thiết lập các tiêu chuẩn thực hành giảng dạy, kiểm soát chất lượng và cung cấp các tư vấn kỹ thuật về việc thực hiện chương trình SIYB.

## **Về chương trình Khởi sự doanh nghiệp**

Khởi sự kinh doanh (SYB) là một chương trình đào tạo cho những người có ý tưởng kinh doanh thực tế và muốn bắt đầu một doanh nghiệp mới. Tài liệu giới thiệu các bước thích hợp để bắt đầu kinh doanh và xây dựng kế hoạch kinh doanh cho dự án được đề xuất. Mục đích của chương trình SYB là góp phần tạo dựng các doanh nghiệp quy mô nhỏ có năng lực bằng cách hướng dẫn các doanh nhân tiềm năng thực hiện các bước cần thiết để bắt đầu việc kinh doanh riêng của mình.

Các tài liệu SYB bao gồm tài liệu hướng dẫn hướng dẫn và một tài liệu hướng dẫn về Kế hoạch kinh doanh. Tài liệu hướng dẫn hướng dẫn giải thích các bước để bắt đầu kinh doanh. Tài liệu kế hoạch kinh doanh sẽ do doanh nhân tự hoàn thành sau khi họ kết thúc cuốn tài liệu hướng dẫn hướng dẫn. Các phương pháp quản lý kinh doanh được sử dụng trong Tài liệu hướng dẫn hướng dẫn SYB cũng tương tự như trong 6 tập tài liệu hướng dẫn hướng dẫn Tăng cường khả năng kinh doanh (IYB).

Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), thông qua các giảng viên cao cấp, hợp tác chặt chẽ với các Tổ chức Phát triển Doanh nghiệp Nhỏ ở miền đông và miền nam châu Phi. Các tổ chức này được giới thiệu về chương trình SYB tại một Khóa đào tạo giảng viên. Các giảng viên sau đó tiến hành đào tạo cho những người muốn khởi sự kinh doanh riêng.

© Bản quyền thuộc Tổ chức Lao động Quốc tế 1994

Xuất bản lần thứ nhất 1994 Biên tập lần thứ hai 1995

Xuất bản lần thứ ba 1997

Biên tập lần thứ tư 2014 ISBN:

## **Các tác giả và lời cảm ơn**

Tài liệu hướng dẫn GYB là kết quả của nỗ lực tập thể và phản ánh kinh nghiệm và kiến thức tích lũy trong quá trình thực hiện chương trình trong gần ba thập kỷ qua. Đặc biệt, sự đóng góp của các giảng viên cao cấp và giảng viên SIYB đã tham gia thử nghiệm, thiết kế và triển khai chương trình ở các quốc gia khác nhau trong những năm qua là vô cùng quý báu. Rất nhiều những đồng nghiệp từ mạng lưới những người thực hiện chương trình SIYB, các công ty tư vấn, và các đồng nghiệp ở ILO, với những kinh nghiệm, sự hỗ trợ và ý kiến góp ý xây dựng của họ đã góp phần tạo nên bộ tài liệu hướng dẫn đào tạo này.

Tài liệu hướng dẫn này dựa trên những tài liệu hướng dẫn gốc được biên soạn năm 1998 và sau đó được biên tập lại bởi Milena Mileman và Sibongile Sibanda, Tổ chức Doanh nhân Trẻ ILO (YEF). Julius Mutio, Marek Harsdorff, Milan Divecha, Namsifu Nyagabona, Mike Oneko, Dorothy Katantazi và Stephen Kyalibulha cũng đã tham gia đóng góp vào quá trình biên tập với những ý tưởng và tài liệu hướng dẫn rất có giá trị.

Nhóm tác giả của phiên bản tài liệu hướng dẫn năm 2015 đã biên tập lại những phần nội dung hiện có và bổ sung một số chương mới về những quan điểm phát triển doanh nghiệp hiện nay và các lĩnh vực có liên quan là Mai Thị Lan Hương và Pranati Mehtha. Steve Raymond chịu trách nhiệm hiệu đính lại ngôn ngữ và phong cách của tài liệu hướng dẫn.

Chúng tôi cũng chân thành cảm ơn nhóm giảng viên cao cấp SIYB: Dissou Zomahoun, Gemunu Wijesena, Sibongile Sibanda và Walter Verhoeve đã tham gia góp ý bản thảo tài liệu hướng dẫn dựa trên kinh nghiệm giảng dạy của mình. Đặc biệt cảm ơn tới các đồng nghiệp tại ILO – Marek Harsdorff, chương trình Việc làm xanh, Phòng Doanh nghiệp; Jurgen Menze và Esteban Tromel, Nhóm Giới, Bình đẳng và Đa dạng; Julia Faldt, Nhóm Thế giới việc làm và vấn đề HIV/AIDS, vì những đóng góp của họ cho nội dung bộ tài liệu hướng dẫn.

Xin cảm ơn những đóng góp, tư vấn, và hỗ trợ về việc đưa nội dung liên quan đến tài chính vào tài liệu hướng dẫn của Cheryl Frankiewicz và Severine Deboos (Chuyên gia kỹ thuật, Phòng Tài chính xã hội, Ban Doanh nghiệp, ILO)

Bố cục và minh họa nội dung được thực hiện bởi Thái Văn Luân và thiết kế bìa bởi Maurizio Costanza.

Eva Majurin (Điều phối viên SIYB toàn cầu) và các thành viên của Nhóm điều phối toàn cầu SIYB: Merten Sievers (Chuyên gia - Phát triển chuỗi giá trị và Dịch vụ Phát triển Kinh doanh) Thokozile Newman đã hỗ trợ rất nhiều cho việc xây dựng và hoàn thiện tài liệu hướng dẫn này.

# Mục lục

<b>GIỚI THIỆU</b>	<b>i</b>
1. Nội dung của tài liệu hướng dẫn này là gì?	i
2. Ai nên đọc tài liệu hướng dẫn này?	i
3. Mục tiêu của tài liệu hướng dẫn	i
4. Cách sử dụng tài liệu hướng dẫn	li
<b>PHẦN I: ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ SẴN SÀNG KHỞI SỰ KINH DOANH CỦA BẠN</b>	<b>01</b>
1. Đánh giá khả năng kinh doanh của bạn	01
<b>PHẦN II: KẾ HOẠCH KINH DOANH</b>	<b>09</b>
1. Tại sao Kế hoạch kinh doanh lại quan trọng?	09
2. Nội dung bản Kế hoạch kinh doanh	10
3. Nơi tìm thông tin cho Kế hoạch kinh doanh của bạn?	11
<b>PHẦN III: Củng cố ý tưởng kinh doanh của bạn</b>	<b>13</b>
<b>PHẦN IV: KẾ HOẠCH MARKETING</b>	<b>17</b>
1. Tiến hành nghiên cứu thị trường	17
2. Xây dựng Kế hoạch Marketing	22
2.1 Sản phẩm	22
2.2 Giá cả	26
2.3. Địa điểm	30
2.4 Xúc tiến	31
2.5. Con người	34
2.6. Quy trình	35
2.7. Bằng chứng hữu hình	36
3. Ước tính số lượng hàng bán	37

<b>PHẦN V: NHÂN VIÊN</b>	<b>41</b>
1. Bạn cần nhân viên nào?	41
2. Chi phí nhân sự	42
<b>PHẦN VI: TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ</b>	<b>45</b>
1. Loại hình doanh nghiệp	45
1.1. Các loại hình doanh nghiệp khác nhau	46
1.2. Làm thế nào để lựa chọn đúng loại hình kinh doanh?	47
2. Trách nhiệm pháp lý và bảo hiểm	51
<b>PHẦN VII: MUA HÀNG CHO DOANH NGHIỆP</b>	<b>55</b>
1. Thiết bị	55
2. Nguyên liệu thô	56
3. Hàng thành phẩm	58
<b>PHẦN VIII: KINH DOANH XANH</b>	<b>59</b>
1. Doanh nghiệp của bạn và tài nguyên thiên nhiên	59
2. Tăng hiệu quả và lợi nhuận: giảm thiểu, tái sử dụng, tái chế	60
3. Phân loại chất thải	60
<b>PHẦN IX: TÍNH CHI PHÍ HÀNG HÓA DỊCH VỤ CỦA BẠN</b>	<b>63</b>
1. Chi phí là gì?	63
2. Tính chi phí cho nhà sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ	64
3. Tính chi phí cho nhà bán lẻ hoặc bán buôn	73
<b>PHẦN X: LẬP KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH</b>	<b>81</b>
1. Lập kế hoạch tài chính là gì?	81
2. Lập kế hoạch lợi nhuận	81
3. Lập kế hoạch lưu chuyển tiền tệ	86
<b>PHẦN XI: ƯỚC TÍNH VỐN KHỞI SỰ</b>	<b>91</b>
1. Vốn cố định bạn cần là gì?	91
2. Vốn lưu động bạn cần là gì?	93

<b>PHẦN XII: CÁC HÌNH THỨC VÀ NGUỒN VỐN KHỞI NGHIỆP</b>	<b>97</b>
1. Vốn chủ sở hữu	97
2. Các khoản vay	97
 <b>PHẦN XIII: KHỞI SỰ KINH DOANH</b>	 <b>101</b>
1. Bạn đã sẵn sàng bắt đầu việc kinh doanh chưa?	101
2. Khởi sự hay chưa?	103
3. Bạn có cần thêm thông tin để hoàn thiện Kế hoạch kinh doanh không?	103
4. Trình bày và bảo vệ kế hoạch kinh doanh của bạn	103
5. Kế hoạch hành động để bắt đầu kinh doanh	104





# GIỚI THIỆU

## 1. Nội dung của tài liệu hướng dẫn này là gì?

Có rất nhiều điều để suy nghĩ khi bạn bắt đầu khởi sự một doanh nghiệp mới. Tài liệu hướng dẫn này sẽ giúp bạn sắp xếp các ý nghĩ và xây dựng một kế hoạch cho ý tưởng kinh doanh của bạn. Sau khi bạn đã tham khảo tài liệu hướng dẫn, bạn sẽ có thể đánh giá ý tưởng kinh doanh của bạn có tiềm năng phát triển thành một doanh nghiệp có lợi nhuận hay không và liệu bạn nên đi tiếp hay bạn nên cân nhắc lại ý tưởng ban đầu. Nếu bạn quyết định phát triển ý tưởng thành một doanh nghiệp, cuốn tài liệu này sẽ dạy bạn cách bắt đầu.

## 2. Ai nên đọc tài liệu hướng dẫn này?

Tài liệu hướng dẫn Khởi sự kinh doanh (SYB) dành cho những người có ý tưởng kinh doanh thực tế và muốn bắt đầu một doanh nghiệp mới. Tài liệu hướng dẫn giới thiệu các bước thích hợp để bắt đầu kinh doanh và phát triển một kế hoạch kinh doanh cho dự án được đề xuất.

## 3. Mục tiêu của tài liệu hướng dẫn

Sau khi hoàn thành cuốn tài liệu hướng dẫn này, bạn sẽ có thể:

- Mô tả nội dung của một kế hoạch kinh doanh
- củng cố ý tưởng kinh doanh của bạn
- Chuyển ý tưởng kinh doanh của bạn thành một Kế hoạch kinh doanh hoàn chỉnh
- Đánh giá sự sẵn sàng của bạn để bắt đầu một doanh nghiệp

## 4. Cách sử dụng tài liệu hướng dẫn

Tài liệu hướng dẫn SYB được đi kèm với một bản mẫu Kế hoạch Kinh doanh của SYB. Cuốn tài liệu hướng dẫn hướng dẫn giải thích các bước bạn cần thực hiện để bắt đầu kinh doanh. Bản kế hoạch kinh doanh sẽ được hoàn thành khi bạn đọc xong tài liệu hướng dẫn.

Trong tài liệu hướng dẫn này, bạn sẽ tìm thấy:

- **Các câu chuyện về kinh doanh:** So sánh các ví dụ này với việc kinh doanh trong tương lai của bạn và sử dụng chúng để cải thiện kế hoạch của bạn để bắt đầu kinh doanh.
- **Bài tập:** Bài tập thực hành ở giữa mỗi phần giúp bạn suy nghĩ chủ động về các khái niệm và cách áp dụng chúng vào việc kinh doanh trong tương lai của bạn.
- **Tóm tắt:** Đây là điểm cuối của mỗi phần. Sử dụng nó để ôn tập lại các điểm chính.
- **Kế hoạch hành động:** Điền vào và sử dụng Kế hoạch Hành động ở gần cuối của tài liệu. Điều này sẽ giúp bạn áp dụng kiến thức mới vào thực tiễn.
- **Ghi chú quan trọng:** Mỗi ghi chú này có thông tin quan trọng. Sử dụng thông tin này theo khả năng của bạn. Bạn có thể tìm thấy các ghi chú này ở giữa các phần khác nhau của hướng dẫn sử dụng.

Một số biểu tượng được sử dụng trong tài liệu hướng dẫn để giúp hướng dẫn học tập của bạn. Ví dụ về các biểu tượng và ý nghĩa của chúng được liệt kê dưới đây:



Khi bạn nhìn thấy biểu tượng này, bạn cần làm bài tập hoặc trả lời câu hỏi.



Khi bạn nhìn thấy biểu tượng này, thông tin trong phần này là cực kỳ quan trọng



Khi bạn nhìn thấy biểu tượng này, bạn sẽ biết bạn vừa hoàn thành một phần và những ý tưởng quan trọng đã được trình bày đang được tóm tắt ở đây.



Khi bạn nhìn thấy biểu tượng này, nó sẽ cho bạn biết cần tìm thêm thông tin ở đâu hoặc phải làm gì.

# ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ SẴN SÀNG KHỞI SỰ KINH DOANH CỦA BẠN

Trước khi quyết định bắt đầu kinh doanh, bạn nên đánh giá xem mình đã sẵn sàng điều hành doanh nghiệp của chính mình hay không. Sự thành công trong công việc kinh doanh của bạn sẽ tùy thuộc vào khả năng kinh doanh của bạn (tính cách cá nhân, tình hình và kỹ năng) và cam kết của bạn với môi trường và cộng đồng. Bạn nên xem xét những điểm mà bạn cần cải thiện và sau đó cố gắng thay đổi tình hình và kỹ năng của bạn.

## 1. Đánh giá khả năng kinh doanh của bạn

Hoạt động sau sẽ giúp bạn tìm hiểu xem bạn có khả năng thành công trong kinh doanh hay không. Hãy trung thực khi đánh giá.

### BÀI TẬP 1



Để giúp bạn quyết định xem phải làm gì trong kinh doanh, hãy suy nghĩ về từng yếu tố sau: Xác định xem mỗi yếu tố sau đây là điểm mạnh hay là điểm yếu mà bạn cần phải cải thiện. Ví dụ, nếu bạn có kiến thức trong quản lý kinh doanh, đây là một điểm mạnh. Nhưng nếu bạn thiếu kiến thức kinh doanh và bạn có kế hoạch thuê người khác để quản lý công việc kinh doanh và ra quyết định thì đây có thể là một điểm cần cải thiện.

TÍNH CÁCH CÁ NHÂN VÀ TÌNH HÌNH CỦA BẠN	ĐIỂM MẠNH	ĐIỂM CẦN CẢI THIỆN
<p><b>Cam kết</b></p> <p>Để việc kinh doanh của bạn trở thành hiện thực và thành công, bạn phải cam kết. Cam kết có nghĩa là bạn sẵn sàng đưa việc kinh doanh của bạn lên trên mọi thứ khác. Bạn có muốn kinh doanh trong một thời gian dài? Bạn có thể dành hầu hết thời gian và nỗ lực vào công việc kinh doanh của bạn?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Động lực</b></p> <p>Doanh nghiệp của bạn có nhiều khả năng thành công hơn nếu bạn có động lực để thử ý tưởng kinh doanh của bạn, tạo ra sự giàu có và kiếm tiền hiệu quả. Bạn có biết rõ lý do tại sao bạn muốn có doanh nghiệp của riêng bạn không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Chấp nhận rủi ro</b></p> <p>Không có ý tưởng kinh doanh nào là tuyệt đối an toàn. Bạn luôn có nguy cơ thất bại. Bạn đã sẵn sàng chấp nhận rủi ro? Bạn có sẵn sàng mạo hiểm tiền của bạn để đầu tư vào kinh doanh?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Ra quyết định</b></p> <p>Bạn phụ trách công việc kinh doanh của bạn, có nghĩa là bạn phải đưa ra các quyết định có thể dẫn đến thành công hay thất bại. Những quyết định quan trọng không thể được hoãn lại hoặc chuyển cho người khác. Bạn có thể tự quyết định không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Khả năng chịu đựng căng thẳng</b></p> <p>Các doanh nhân thường chịu nhiều căng thẳng. Sự căng thẳng có thể là do phải đưa ra những quyết định khó khăn, xử lý công việc với các bên liên quan trong kinh doanh hoặc làm việc nhiều giờ. Bạn có vui mừng về triển vọng kinh doanh của bạn? Bạn có nhận được nhiều niềm vui từ công việc của bạn không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Giải quyết vấn đề</b></p> <p>Điều hành việc kinh doanh của riêng bạn đòi hỏi bạn phải giải quyết vấn đề. Bạn có khả năng giải quyết nguyên nhân gốc rễ của các vấn đề một cách sáng tạo?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Định hướng mục tiêu</b></p> <p>Điểm phân biệt giữa một doanh nhân và nhân viên là khả năng đặt ra mục tiêu và đạt được mục tiêu đó. Bạn có thể hình dung doanh nghiệp của bạn đang hướng đến đâu và để nhìn bức tranh toàn cảnh chứ không chỉ tập trung vào các chi tiết nhỏ. Bạn đã đưa ra tầm nhìn và đặt mục tiêu cho doanh nghiệp của mình chưa?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TÍNH CÁCH CÁ NHÂN VÀ TÌNH HÌNH CỦA BẠN	ĐIỂM MẠNH	ĐIỂM CẦN CẢI THIỆN
<p><b>Hỗ trợ của xã hội</b></p> <p>Việc điều hành doanh nghiệp của bạn sẽ mất rất nhiều thời gian và công sức. Điều quan trọng là phải có sự hỗ trợ đầy đủ từ gia đình, bạn bè và những người kinh doanh khác. Bạn có mạng lưới những người và tổ chức sẽ hỗ trợ việc thực hiện ước mơ của bạn không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Tình hình tài chính</b></p> <p>Tiếp cận các nguồn lực tài chính để bắt đầu kinh doanh là rất quan trọng. Bạn đã dành tiền để bắt đầu kinh doanh chưa? Nếu bạn cần thêm tiền, bạn có gia đình hoặc bạn bè có thể sẵn sàng cho bạn vay tiền, sử dụng tài sản của họ để đảm bảo khoản vay của bạn với một tổ chức tài chính không? Bạn có tiền tiết kiệm hoặc tín dụng với một tổ chức tài chính cung cấp các khoản vay cho các doanh nghiệp mới không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CÁC KỸ NĂNG	ĐIỂM MẠNH	ĐIỂM CẦN CẢI THIỆN
<p><b>Tay nghề kỹ thuật</b></p> <p>Tay nghề kỹ thuật là những khả năng thiết thực bạn cần cho ý tưởng kinh doanh của mình để tạo ra sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ. Ví dụ, nếu bạn muốn bắt đầu một dịch vụ điện thoại di động và cửa hàng sửa chữa, bạn cần phải biết làm thế nào để sửa chữa điện thoại di động. Bạn có kỹ năng kỹ thuật cần thiết cho doanh nghiệp của bạn?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Kỹ năng quản trị kinh doanh</b></p> <p>Kỹ năng quản trị kinh doanh là khả năng điều hành doanh nghiệp của bạn hiệu quả. Bạn có kỹ năng tiếp thị, tính chi phí, lưu giữ hồ sơ, động viên con người, v.v... không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Kiến thức về ngành nghề kinh doanh của bạn</b></p> <p>Bạn càng biết nhiều về ngành kinh doanh của mình, bạn càng tránh được những sai lầm tốn kém. Bạn có kiến thức chi tiết về loại hình kinh doanh cụ thể mà bạn muốn khởi sự không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Kỹ năng đàm phán</b></p> <p>Kỹ năng đàm phán là khả năng giao tiếp với người khác mà không tổn hại bất cứ ai. Khi bạn đàm phán, bạn không chỉ nghĩ đến những gì có lợi cho bạn, mà bạn cũng phải nhận thức được những thứ có lợi cho người khác. Bạn có thể có được những gì bạn muốn từ một cuộc đàm phán theo hướng cả hai bên đều có lợi không?</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Có rất nhiều cách để điều chỉnh tính cách, cải thiện kỹ năng kinh doanh và tình hình của bạn, và giải quyết các mối quan tâm cần thiết đến môi trường và cộng đồng. Dưới đây là một số gợi ý về cách tăng cường khả năng kinh doanh của bạn:



**Đọc:** Nghiên cứu tài liệu hướng dẫn về các doanh nghiệp ở thư viện. Đọc các bài báo kinh doanh có liên quan trên internet, báo và tạp chí.



**Tham dự tập huấn:** Tìm hiểu và tham dự các chương trình đào tạo của trường đại học hoặc đơn vị tổ chức khác về quản lý kinh doanh, kỹ năng tay nghề hoặc tạo động lực và tinh thần kinh doanh.



**Học hỏi từ những người kinh doanh thành công:** Bạn sẽ có thể tìm gặp những người kinh doanh thành công, và họ sẽ nói chuyện với bạn về công việc kinh doanh của họ. Nếu họ cho phép bạn thăm doanh nghiệp của họ, hãy quan sát khi họ làm việc và học hỏi từ họ. Nếu có thể, hãy xin học việc trong một doanh nghiệp thành công.



**Tìm sự giúp đỡ của người khác:** Nói về những điểm mà bạn cần cải thiện với bạn bè và gia đình của bạn. Bạn cũng có thể tham gia một hiệp hội doanh nghiệp và thảo luận các vấn đề với các thành viên khác trong hiệp hội.



Bạn có thể nghĩ về việc tìm đối tác bổ sung cho khả năng của bạn thay vì tự kinh doanh một mình. Một đối tác có thể đóng góp nguồn tài chính, tài sản thể chấp hoặc các mối quan hệ với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và điều này rất có ích nếu doanh nghiệp của bạn cần vay vốn.

Có một số doanh nhân thành công mà không có nhiều kinh nghiệm hoặc thực hành kinh doanh trước khi bắt đầu khởi sự. Điều quan trọng là phải nhận thức được những điểm cần cải thiện và xây dựng một kế hoạch hành động để giải quyết những vấn đề này trước khi chúng ảnh hưởng tiêu cực tới doanh nghiệp của bạn.



## BÀI TẬP 2

Hoàn thành Kế hoạch hành động sau đây để giúp bạn suy nghĩ về cách cải thiện khả năng kinh doanh của bạn.

KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG	
Tính cách và tình hình bản thân	Tôi cần làm gì để cải thiện?
Các kỹ năng của tôi	Tôi sẽ làm gì để nâng cao kỹ năng?
Mối quan tâm tới môi trường	Tôi sẽ làm gì để giải quyết chúng?
Mối quan tâm tới cộng đồng	Tôi sẽ làm gì để giải quyết chúng?



“

Đưa những vấn đề này trong kế hoạch phát triển năng lực của bạn vào bản Kế hoạch hành động ở cuối tài liệu hướng dẫn này.

”

Bây giờ bạn cảm thấy thoải mái khi bắt đầu khởi sự kinh doanh chưa? ☐ Có ☐ Chưa

Nếu bạn cảm thấy thoải mái để bắt đầu kinh doanh và nghĩ rằng bạn sẽ có thể hoàn thiện những điểm cần cải thiện, bạn đã sẵn sàng để bắt đầu lập kế hoạch. Các phần sau sẽ hướng dẫn bạn quá trình xây dựng Kế hoạch Hành động để thực sự bắt đầu kinh doanh.

Nếu bạn đã trả lời "Không" cho câu hỏi trên, hãy suy nghĩ nhiều hơn về những gì bạn có thể làm để cải thiện khả năng trở thành một doanh nhân. Hãy nhớ rằng, không phải ai cũng có thể điều hành doanh nghiệp. Nếu bạn vẫn không cảm thấy thoải mái khi bắt đầu kinh doanh, có lẽ bạn nên làm việc cho người khác thay vì tự khởi nghiệp.



## TỔNG KẾT

Trong Phần I, bạn đã học được những điều sau:

- Trước khi quyết định bắt đầu kinh doanh riêng, bạn nên đánh giá liệu bạn có sẵn sàng khởi sự doanh nghiệp hay không.
- Sự thành công của công việc kinh doanh của bạn sẽ tùy thuộc vào đặc điểm, điều kiện, kỹ năng cá nhân của bạn và bạn giải quyết mối quan tâm với cộng đồng và môi trường như thế nào. Nếu bạn có tính cách, điều kiện và kỹ năng kinh doanh, thì công việc kinh doanh của bạn sẽ thành công.
- Bạn có thể tự nhận thức được những điểm cần cải thiện, thay đổi tình hình của bạn, giải quyết mối quan tâm về môi trường và cộng đồng và có được những kỹ năng cần thiết cho công việc kinh doanh.



# KẾ HOẠCH KINH DOANH

## 1. Tại sao Kế hoạch kinh doanh lại quan trọng?

Lập Kế hoạch Kinh doanh là việc gắn ý tưởng của bạn với các thông tin bạn có.

Bạn cần chuẩn bị kế hoạch kinh doanh bởi vì nó giúp bạn:

- **Quyết định** xem bạn có nên bắt đầu kinh doanh hay không. Việc mở doanh nghiệp sẽ thay đổi hoàn toàn cuộc sống của bạn. Vì vậy, bạn cần phải chắc chắn mình quyết định đúng. Kế hoạch kinh doanh sẽ giúp bạn đánh giá việc bắt đầu kinh doanh là quyết định đúng đắn hay không.
- **Sắp xếp** ý tưởng giúp bạn hình dung làm thế nào để bắt đầu và điều hành doanh nghiệp một cách tốt nhất. Kế hoạch kinh doanh với các chủ đề có liên quan sẽ giúp bạn hình dung con đường phía trước.
- **Trình bày** kế hoạch kinh doanh của bạn cho các nhà đầu tư hoặc cho một tổ chức cho vay, chẳng hạn như ngân hàng hoặc tổ chức tài chính vi mô để có được khoản vay. Bằng cách tự chuẩn bị Kế hoạch Kinh doanh, bạn sẽ có thể trả lời hầu hết các câu hỏi mà họ có thể đặt ra.

Tài liệu kế hoạch kinh doanh kèm theo tài liệu hướng dẫn này cung cấp mẫu Kế hoạch Kinh doanh mà bạn sẽ hoàn thành cho ý tưởng kinh doanh của bạn.

“

Điều quan trọng là liên tục dành thời gian để tìm thông tin mới và tốt hơn. Sẵn sàng quay lại và thay đổi Kế hoạch kinh doanh bất cứ lúc nào trong quá trình đọc cuốn tài liệu hướng dẫn này

”



## 2. Nội dung bản Kế hoạch kinh doanh

Kế hoạch kinh doanh phải bao gồm tất cả các khía cạnh quan trọng cần được xem xét trước khi bắt đầu kinh doanh.

Các phần chính của Kế hoạch kinh doanh	Mục đích
<b>Tổng quan</b>	<p>Tổng quan là phần tóm tắt nội dung phác thảo ý tưởng kinh doanh của bạn. Do đó, bạn sẽ cần phải hoàn thành tất cả các phần khác của kế hoạch trước khi thực hiện phần này.</p> <p>Phần này phải rõ ràng và có kết cấu hợp lý để tạo ấn tượng đầu tiên về ý tưởng kinh doanh của bạn.</p>
<b>Ý tưởng kinh doanh</b>	Tất cả các kế hoạch kinh doanh đều dựa trên một ý tưởng. Phần III giúp bạn suy nghĩ về khái niệm ý tưởng kinh doanh của bạn để bạn có thể viết ý tưởng của mình vào phần đầu bản Kế hoạch kinh doanh.
<b>Kế hoạch marketing</b>	Marketing là tất cả mọi việc bạn làm để tìm khách hàng và đáp ứng nhu cầu của họ trong quá trình tạo lợi nhuận. Phần IV giúp bạn suy nghĩ và lập Kế hoạch Marketing.
<b>Nhân viên</b>	Bạn cần phải suy nghĩ về nhân viên trong doanh nghiệp bạn. Phần V giúp bạn suy nghĩ về tất cả các công việc cần phải hoàn thành trong doanh nghiệp mới của bạn và để quyết định ai sẽ thực hiện chúng.
<b>Tổ chức và quản lý</b>	Phần VI giải thích các loại hình kinh doanh khác nhau và giúp bạn quyết định loại hình nào phù hợp nhất với bạn. Phần VI cũng giúp bạn hiểu các yêu cầu pháp lý của doanh nghiệp và cho bạn biết cách thức các cơ quan bảo hiểm cung cấp dịch vụ bảo đảm tài chính đối với rủi ro.
<b>Mua hàng</b>	Bất kể bạn hoạt động trong ngành nào, bạn cũng cần mua hàng trước khi sản xuất hoặc bán sản phẩm. Phần VII sẽ tư vấn cho bạn về những gì bạn nên cân nhắc khi mua hàng để bắt đầu kinh doanh.
<b>Kinh doanh xanh</b>	Các doanh nghiệp khác nhau sẽ phụ thuộc và sử dụng tài nguyên thiên nhiên trong quy trình sản xuất theo những cách khác nhau. Phần VIII giới thiệu ba chiến lược Rs: Giảm thiểu, Tái sử dụng và Tái chế để giúp doanh nghiệp của bạn vừa tác động tích cực đến môi trường mà vẫn tạo ra lợi nhuận.
<b>Tính chi phí</b>	Để có thể đặt ra mức giá và lập kế hoạch tài chính, bạn cần tính toán chi phí sản xuất ra và bán được sản phẩm của bạn. Phần IX cho bạn thấy làm thế nào để tính chi phí.
<b>Kế hoạch tài chính</b>	Tất cả các doanh nghiệp đều cần lập kế hoạch cho tương lai. Phần X giúp bạn lập kế hoạch làm thế nào để kiếm được lợi nhuận và cách xử lý dòng tiền cho doanh nghiệp mới thành lập của mình.
<b>Vốn khởi nghiệp cần thiết</b>	Để bắt đầu kinh doanh, bạn cần tiền để trang trải cho thiết bị, vật liệu, tiền thuê văn phòng, nhà xưởng, tiền lương, v.v... Phần XI giúp bạn tính toán số vốn cần thiết để bắt đầu kinh doanh.
<b>Các nguồn vốn khởi nghiệp</b>	Khi bạn biết cần bao nhiêu vốn ban đầu, bạn phải tìm hiểu làm thế nào để có được số tiền đó. Phần XII giải thích cách bạn có thể có vốn khởi nghiệp từ cả vốn chủ sở hữu và các khoản vay.

## 2. Nơi tìm thông tin cho Kế hoạch kinh doanh của bạn?

Bạn có thể tự tìm thấy một số thông tin và sử dụng kinh nghiệm của mình để ước lượng và tính toán. Tuy nhiên, một số thông tin có thể khó tìm và một số ước lượng và tính toán có thể khó tính được chính xác. Do đó nếu bạn được người có kinh nghiệm trong kinh doanh hỗ trợ hoặc giúp bạn xem lại Kế hoạch kinh doanh của bạn thì sẽ tốt hơn.

Dưới đây là một số gợi ý về các nguồn hỗ trợ:

- **Các nhà cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh** cung cấp các dịch vụ khác nhau như đào tạo quản lý, tiếp cận thông tin thị trường, tiếp cận thông tin tài chính và đào tạo kỹ thuật. Đây có thể là các cơ quan chính phủ, chuyên gia tư vấn, các dự án chuyên môn hoặc các tổ chức phi chính phủ khác.
- **Các hiệp hội chuyên ngành** cung cấp thông tin về pháp luật, thuế, tiêu chuẩn và các sự phát triển cụ thể của ngành mà có thể có ảnh hưởng đến doanh nghiệp mới của bạn.
- **Các kế toán viên, luật sư và chuyên gia tư vấn kinh doanh** có thể hỗ trợ một số phần trong kế hoạch kinh doanh của bạn.
- **Các tổ chức tài chính** như ngân hàng, tổ hợp tác hoặc các tổ chức tài chính vi mô thường hỗ trợ cho các doanh nhân xin vay vốn.
- **Các tổ chức quốc tế** với các dự án đặc biệt được thiết kế để hỗ trợ doanh nhân, có thể giúp bạn truy cập thông tin.
- **Các trang vàng** là nơi bạn có thể tìm địa chỉ của các tổ chức giải quyết các vấn đề như đăng ký kinh doanh, thuế và các yêu cầu tài chính cho các doanh nghiệp nhỏ.
- **Trên internet**, bạn có thể tìm thấy hầu hết các thông tin mà bạn sẽ cần để hoàn thành kế hoạch của mình.



## TÓM TẮT

Trong phần II bạn đã học được:

- Lập Kế hoạch kinh doanh là kết nối ý tưởng của bạn với các thông tin mà bạn có.
- Một Bản kế hoạch kinh doanh giúp bạn:
  - Quyết định xem bạn có nên bắt đầu kinh doanh hay không.
  - Sắp xếp các ý tưởng của bạn để bạn biết làm thế nào để bắt đầu và điều hành doanh nghiệp của bạn một cách tốt nhất có thể.
  - Trình bày kế hoạch kinh doanh của bạn cho các nhà đầu tư hoặc cho một tổ chức cho vay, chẳng hạn như ngân hàng hoặc tổ chức vi mô, để có được khoản vay.
- Kế hoạch kinh doanh bao gồm tất cả các khía cạnh quan trọng cần được xem xét trước khi bắt đầu kinh doanh. Đây là hướng dẫn để bạn thực hiện theo đó mà không bỏ qua bất cứ điều gì khi chuẩn bị mở doanh nghiệp mới.
- Bạn có thể tìm thông tin cho Kế hoạch kinh doanh của mình từ các nguồn:
  - Các nhà cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh
  - Các hiệp hội chuyên ngành
  - Các kế toán viên, luật sư và chuyên gia tư vấn kinh doanh
  - Các tổ chức tài chính
  - Các tổ chức quốc tế
  - Các trang vàng
  - Internet

# CỦNG CỐ Ý TƯỞNG KINH DOANH CỦA BẠN

Khi bạn thấy một cơ hội kinh doanh, bạn cần phát triển suy nghĩ của bạn thành một ý tưởng kinh doanh. Ý tưởng kinh doanh là mô tả ngắn gọn và chính xác về hoạt động cơ bản của doanh nghiệp. Ý tưởng kinh doanh của bạn sẽ cho bạn biết:

- **Doanh nghiệp bạn cung cấp sản phẩm hay dịch vụ gì?** Ý tưởng kinh doanh của bạn nên dựa trên một kỹ năng đặc biệt mà bạn có. Có thể bạn đã có kinh nghiệm hoặc đã được đào tạo trong một ngành kinh doanh cụ thể.
- **Khách hàng của bạn là ai?** Bạn sẽ chỉ tập trung bán cho một đối tượng khách hàng cụ thể hay cho tất cả mọi người trên một địa bàn? Xác định rõ đối tượng khách hàng của doanh nghiệp đóng vai trò rất quan trọng.
- **Doanh nghiệp của bạn sẽ cung cấp hàng hóa hay dịch vụ như thế nào?** Bạn có thể bán theo nhiều cách khác nhau. Ví dụ, một công ty sản xuất có thể bán trực tiếp cho khách hàng hoặc nhà bán lẻ.
- **Doanh nghiệp của bạn sẽ đáp ứng những nhu cầu nào?** Ý tưởng kinh doanh của bạn luôn phải gắn với khách hàng và nhu cầu của khách hàng. Bạn cần phải chú ý tìm hiểu xem khách hàng muốn gì khi bạn đưa ra ý tưởng kinh doanh.
- **Tác động của doanh nghiệp của bạn đối với cộng đồng và môi trường tự nhiên như thế nào?** Thái độ và quan điểm của mọi người về doanh nghiệp của bạn sẽ quyết định thành công của bạn. Nếu bạn khai thác sức lao động quá mức và làm tổn hại môi trường tự nhiên (gây lãng phí, lãng phí nước, phá rừng) mọi người có thể sẽ xa lánh doanh nghiệp của bạn.

## BÀI TẬP 3



Để đảm bảo ý tưởng kinh doanh của bạn là cụ thể và khả thi, hãy trả lời các câu hỏi sau:

1. Doanh nghiệp của bạn cung cấp sản phẩm hay dịch vụ gì?

.....

2. Ai sẽ mua sản phẩm hay dịch vụ của bạn?

.....

3. Bạn sẽ bán sản phẩm hay dịch vụ của mình như thế nào?

.....



4. Sản phẩm hay dịch vụ của bạn sẽ đáp ứng nhu cầu nào của đối tượng khách hàng nào?

.....

5. Doanh nghiệp của bạn có tác động gì tích cực hay tiêu cực tới cộng đồng và môi trường tự nhiên?

.....



Nếu bạn không chắc chắn về câu trả lời cho các câu hỏi trên, bạn cần phải nghiên cứu tài liệu hướng dẫn Hình thành ý tưởng kinh doanh (GYB)

Hãy xem cách những người dưới đây đã mô tả ý tưởng kinh doanh của họ:

#### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Trước khi bắt đầu kinh doanh, anh Xuân và chị Thu đã tham dự một khóa huấn luyện về canh tác hữu cơ do một tổ chức phi chính phủ (NGO) tiến hành. Họ tin rằng canh tác hữu cơ sẽ được giới thiệu là cách tiếp cận tốt nhất đối với các kỹ thuật canh tác hiện đại. Vì vậy, họ quyết định hình thành một quan hệ đối tác và bắt đầu một doanh nghiệp - Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh

Họ quyết định tập trung sản xuất và đóng gói phân hữu cơ

#### Ý TƯỞNG KINH DOANH

Tên doanh nghiệp: Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh

**Doanh nghiệp sẽ sản xuất các sản phẩm sau:**

- Phân hữu cơ
- Khách hàng sẽ là:
  - Nông trại quy mô nhỏ, nông trại nhà kính, kinh doanh trang trại, cửa hàng nông cụ và vườn ươm cây trồng trong khu vực

**Cách bán phân hữu cơ:**

- Cung cấp cho các cửa hàng nông cụ, vườn ươm cây trồng và nhà kính
- Phân phối thông qua những người bán hàng “từ cửa đến cửa”
- Bán hàng trực tiếp cho khách hàng từ địa điểm kinh doanh

**Việc kinh doanh sẽ đáp ứng các nhu cầu sau đây của khách hàng:**

- Giảm các vấn đề liên quan đến chất thải trong khu vực
- Giúp nông sản phát triển nhanh hơn
- Cung cấp các sản phẩm nông nghiệp có tính thị trường hơn
- Cung cấp sản phẩm thân thiện với môi trường

## DOANH NGHIỆP TÚI VẢI THANH TÂM



Chị Thanh quan tâm đến các sản phẩm thân thiện với môi trường trong một thời gian dài. Trong khi lướt internet và xem truyền hình, chị nhận thấy thị trường đang có nhu cầu về bao bì đóng gói thay thế không làm từ nhựa. Chị cũng thấy nhiều doanh nghiệp đang sản xuất các loại sản phẩm khác nhau từ quần áo tái chế hoặc vải phế liệu.

Chị Thanh thăm một trong những công ty này và yêu cầu họ làm túi vải tái chế đặc biệt. Chị cung cấp cho công ty những mẫu túi xách mà chị muốn công ty ký hợp đồng để chị sẽ là khách hàng độc quyền các sản phẩm túi này trong năm đầu tiên.

Chị Thanh lên kế hoạch bán túi xách được sản xuất từ quần áo tái chế hoặc vải phế liệu

## DOANH NGHIỆP TÚI VẢI THANH TÂM

Tên doanh nghiệp: Túi vải Tâm Thanh

**Doanh nghiệp sẽ sản xuất các sản phẩm sau:**

- Túi vải và các bao bì đóng gói tái chế khác
- Các khách hàng bao gồm:
  - Các cửa hàng bán lẻ cần bao bì đóng gói, các doanh nghiệp nhỏ, các nhà cung cấp, nông dân (dùng để lưu giữ rau trong tủ đông), người tiêu dùng cá nhân sử dụng túi để mua sắm, đóng gói, giặt ủi, cất giữ chất thải xanh trong vườn ....

**Doanh nghiệp sẽ bán túi như sau:**

- Túi sẽ được bán cho nhà bán lẻ và cá nhân có thể mua chúng ở cửa hàng.

**Việc kinh doanh sẽ đáp ứng các nhu cầu sau đây của khách hàng:**

- Cung cấp túi thân thiện với môi trường có thể tái sử dụng
- Giúp dễ dàng tiếp cận với các bao bì đóng gói có kích cỡ khác nhau để đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp và người tiêu dùng cá nhân khác nhau
- Giúp vận chuyển và lưu giữ hàng hóa với chi phí hiệu quả

## BÀI TẬP 4



Hãy suy nghĩ kỹ về ý tưởng kinh doanh của bạn và viết vào phần 1: "Ý tưởng kinh doanh" trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh kèm theo cuốn tài liệu hướng dẫn này. Ý tưởng kinh doanh sẽ định hướng cho bạn khi viết phần còn lại của Kế hoạch Kinh doanh.



## TÓM TẮT

---

Trong phần III, bạn đã học được:

Khi bạn khám phá ra cơ hội kinh doanh, bạn cần phát triển suy nghĩ của mình thành một ý tưởng kinh doanh. Ý tưởng kinh doanh là một mô tả ngắn gọn và chính xác về các hoạt động cơ bản của hoạt động kinh doanh:

- Doanh nghiệp bạn bán **sản phẩm hay dịch vụ gì?**
- Ai là khách hàng của bạn?
- Doanh nghiệp của bạn sẽ bán hàng hóa hay dịch vụ **như thế nào?**
- Doanh nghiệp của bạn sẽ đáp ứng được **nhu cầu nào** của khách hàng?
- Doanh nghiệp của bạn có **tác động gì** đối với cộng đồng và môi trường tự nhiên?

# KẾ HOẠCH MARKETING

Marketing là một phần quan trọng khi khởi sự và điều hành một doanh nghiệp nhằm giúp bạn bán hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn đúng cách và đến đúng người.

Marketing là khả năng xác định nhu cầu của khách hàng tiềm năng và để đáp ứng những nhu cầu đó tốt hơn đối thủ cạnh tranh của bạn nhằm kiếm lợi nhuận.

## 1. Tiến hành nghiên cứu thị trường

Việc xác định nhu cầu của khách hàng tiềm năng và tìm ra cách các đối thủ cạnh tranh trong tương lai của bạn đã đáp ứng được những nhu cầu đó đóng vai trò hết sức quan trọng. Muốn đạt được điều này thì bạn có thể tiến hành nghiên cứu thị trường. Từ kinh nghiệm và từ việc phát triển ý tưởng kinh doanh của bạn, bạn có thể đã biết khá nhiều về thị trường của mình. Càng biết nhiều thì bạn càng có nhiều khả năng để xây dựng một kế hoạch marketing tốt.

## BÀI TẬP 5



Bạn cần tìm hiểu thêm thông tin về thị trường từ nhiều nguồn khác nhau. Liệt kê tất cả các nguồn mà bạn biết.

---

---

---

---

Dưới đây là một số ví dụ về cách tìm hiểu thêm về khách hàng và đối thủ cạnh tranh của bạn:

- **Nói chuyện** với khách hàng tiềm năng. Hãy hỏi họ:
  - Họ muốn mua sản phẩm hay dịch vụ gì?
  - Họ nghĩ gì về đối thủ cạnh tranh của bạn?
- **Quan sát** việc kinh doanh của đối thủ cạnh tranh. Hay tìm ra những vấn đề sau:
  - Họ cung cấp sản phẩm hay dịch vụ gì?
  - Giá bán sản phẩm hay dịch vụ của họ là bao nhiêu?
  - Họ thu hút khách hàng như thế nào?
- **Hỏi** nhà cung cấp và bạn bè trong giới kinh doanh về:
  - Sản phẩm nào họ bán chạy nhất?
  - Họ nghĩ gì về ý tưởng kinh doanh của bạn?
  - Họ nghĩ gì về sản phẩm của đối thủ cạnh tranh của bạn?
- **Đọc** báo, tạp chí thương mại, các quyển danh mục giới thiệu sản phẩm để có thêm thông tin và ý tưởng về sản phẩm hay dịch vụ mới.
- **Lướt mạng internet** để tìm hiểu những gì người khác đang làm và để có thông tin về sản phẩm hay dịch vụ bạn muốn cung cấp, về đối thủ cạnh tranh của bạn và về các xu hướng mới.

Khi bạn thu thập thông tin về khách hàng, hãy nhớ rằng không phải tất cả khách hàng tiềm năng đều có cùng nhu cầu và mong muốn. Để có thể cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ phù hợp nhất, bạn cần phải xác định các nhóm khách hàng tiềm năng khác nhau có các đặc điểm rõ ràng và có thể phân biệt được. Đây được gọi là phân khúc thị trường. Thu thập thông tin các khách hàng tiềm năng theo đặc điểm của họ sẽ cho phép bạn có thông tin chi tiết và cụ thể về sở thích sản phẩm của họ

### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Khi anh Xuân và chị Thu hoàn thành việc nghiên cứu thị trường, họ viết ra những gì họ đã thấy trong Kế hoạch kinh doanh của họ:

#### NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

Sản phẩm (1)	Khách hàng (2)	Nhu cầu và sự ưu tiên của khách hàng (3)	Đối thủ cạnh tranh (4)	Khoảng trống (Mà đối thủ cạnh tranh chưa đạt tới) (5)
<b>Phân bón hữu cơ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nông dân quy mô nhỏ</li> <li>Nhà kính</li> <li>Nông dân trong vùng</li> <li>Các hộ Kinh doanh sân vườn</li> <li>Vườn ươm</li> <li>Cửa hàng nông cụ, thuốc BVTV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cần nhiều loại sản phẩm phù hợp với các giai đoạn phát triển khác nhau của cây</li> <li>Cần đảm bảo rằng sản phẩm sạch sẽ và tốt cho đất trong dài hạn</li> <li>Tìm sản phẩm có giá cả cạnh tranh</li> <li>Cần phân phối đến địa điểm của khách</li> <li>Cần nhà máy đóng gói và dán nhãn sản phẩm, với mức chiết khấu cạnh tranh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phân bón hữu cơ “nhà làm” giá rẻ được cung cấp bởi nông dân</li> <li>Các nhà máy phân bón khác có thương hiệu đã có được chỗ đứng trên thị trường</li> <li>Các công ty phân bón hóa học có sản phẩm được đóng gói nhỏ hơn và có tác động tức thì đến sự tăng trưởng của thực vật</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phân hữu cơ không nên để giá cao vì dễ sản xuất</li> <li>Đóng gói hiện tại quá lớn (30 kg) và không thuận tiện cho các cá nhân mua và sử dụng</li> <li>Một số lo ngại về chất lượng của phân bón “làm tại nhà”</li> </ul>

## TÚI VÀI TÂM THANH



Khi chị Thanh hoàn thành việc nghiên cứu thị trường của mình, chị viết ra những gì mình thấy trong Kế hoạch kinh doanh

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG				
Sản phẩm (1)	Khách hàng (2)	Nhu cầu và sự ưu tiên của khách hàng (3)	Đối thủ cạnh tranh (4)	Khoảng trống (Mà đối thủ cạnh tranh chưa đạt tới) (5)
Túi giặt	Hộ gia đình	Cần đẹp và dễ cất (vì thùng nhựa tốn nhiều diện tích)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Các cửa hàng bán túi nhựa và các hộp đựng với mọi kích cỡ và kiểu dáng</li> <li>Các cửa hàng cung cấp túi nhựa dùng một lần cho người mua sắm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Xu hướng thân thiện hơn với môi trường, sử dụng nhiều hơn</li> <li>Các sản phẩm có khả năng tái chế và giảm sử dụng các loại túi và đồ đựng có hại cho môi trường</li> <li>Mong muốn có lối sống khác biệt, tránh sử dụng túi xách và đồ chứa mà mọi người khác sử dụng và muốn cái gì đó sáng tạo hơn</li> <li>Chất lượng tốt với sản phẩm được chứng nhận</li> </ul>
Túi đi mua sắm	Cửa hàng bán lẻ	Nhu cầu túi mua sắm có thể tái sử dụng được gấp lại (túi nhựa dùng một lần dễ hỏng và không thân thiện với môi trường)		
Túi chất thải xanh	Hộ gia đình, khách sạn và nhà hàng, văn phòng, ...	Nhu cầu túi lưu trữ bền chắc có thể được sử dụng theo nhiều cách		
Túi lưu trữ rau quả	Nông trại quy mô nhỏ	Cần túi lưu trữ giữ cho rau tươi và có nhiều màu sắc hoặc các mẫu trang trí khác nhau để phân loại rau khác nhau có thể được lưu trữ trong các túi khác nhau		





Nghiên cứu thị trường cho doanh nghiệp của bạn bằng cách thu thập thông tin về hàng hoá hoặc dịch vụ, khách hàng và đối thủ cạnh tranh. Năm cột trong mẫu Nghiên cứu Thị trường sẽ gợi ý cho bạn.

**Cột 1:** Hãy suy nghĩ và liệt kê từng sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn sẽ bán.

**Cột 2:** Hãy nghĩ về những khách hàng muốn có những hàng hoá hay dịch vụ đó và sẵn sàng chi trả. Viết tất cả các loại khách hàng.

**Cột 3:** Hãy suy nghĩ và liệt kê các nhu cầu của phân khúc khách hàng mà hàng hóa hay dịch vụ có thể thỏa mãn. Ngoài ra, hãy liệt kê các sở thích đặc biệt mà khách hàng khác nhau có thể mong muốn về hàng hoá hay dịch vụ, và vì lý do này mà khách hàng có thể muốn mua sản phẩm đó, khách hàng muốn mua sản phẩm như thế nào và khách hàng sẵn sàng trả giá như thế nào.

**Cột 4:** Mô tả thông tin quan trọng mà bạn đã học được về đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là lợi thế cạnh tranh của họ.

**Cột 5:** Ghi lại khoảng trống bạn nhận thấy trong nhu cầu của khách hàng mà đối thủ cạnh tranh chưa thực hiện. Thông tin này rất quan trọng để bạn quyết định bạn sẽ làm gì khác để đáp ứng các nhu cầu chưa được đáp ứng và bạn sẽ làm như thế nào.

**NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG**

Sản phẩm (1)	Khách hàng (2)	Nhu cầu và sự ưu tiên của khách hàng (3)	Đối thủ cạnh tranh (4)	Khoảng trống (Mà đối thủ cạnh tranh chưa đạt tới) (5)





## BÀI TẬP 7

Khi bạn hoàn thành nghiên cứu thị trường cho hoạt động kinh doanh của mình, hãy viết những phát hiện của bạn vào phần 2.1: "Nghiên cứu thị trường" trong mẫu Kế hoạch Kinh doanh.

### 2. Xây dựng Kế hoạch Marketing

Nghiên cứu thị trường cung cấp thông tin quan trọng về nhu cầu của khách hàng và đối thủ cạnh tranh của bạn đã đáp ứng được những nhu cầu đó như thế nào. Do đó, trong Kế hoạch marketing của bạn, bạn cần suy nghĩ và mô tả cách bạn sẽ đáp ứng được những nhu cầu mà các đối thủ cạnh tranh chưa làm được. Điều này sẽ làm cho doanh nghiệp của bạn khác biệt và nổi bật so với đối thủ cạnh tranh. Để mô tả rõ ràng những phương pháp khác nhau mà bạn sẽ sử dụng để phục vụ khách hàng của bạn, hãy viết 7 Ps của:

- Product – Sản phẩm
- Price – Giá cả
- Place – Địa điểm
- Promotion – Xúc tiến
- People – Con người
- Processes – Quy trình
- Physical Evidence – Bằng chứng hữu hình

Tất cả bảy Ps đều quan trọng như nhau. Các yếu tố này cần phải phối hợp đồng thời và không mâu thuẫn với nhau để tạo ra một sức mạnh tổng hợp đáp ứng được nhu cầu của khách hàng một cách hiệu quả.

#### 2.1 Sản phẩm

Sản phẩm không chỉ đơn thuần là một hay nhiều hàng hóa hoặc dịch vụ mà bạn cung cấp.

Bạn sẽ thu hút được nhiều khách hàng hơn nếu sản phẩm của bạn được các tổ chức có uy tín chứng nhận, vì bạn đang làm cho khách hàng biết rằng sản phẩm của bạn được đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn cao đã được đặt ra.

Bạn nên không chỉ mô tả hàng hoá hoặc dịch vụ của mình một cách chung chung mà cần phải mô tả thật chi tiết về hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn (ví dụ như chất lượng, màu sắc, kích thước, bao bì ...) để khách hàng hiểu được bạn sẽ đáp ứng được nhu cầu của họ như thế nào.



## BÀI TẬP 8

Hãy mô tả hàng hóa/ dịch vụ của bạn càng chi tiết càng tốt

.....

.....

.....

Bây giờ hãy kiểm tra xem sản phẩm của bạn đáp ứng nhu cầu khách hàng như thế nào:

.....

.....

.....

Khách hàng mua hàng hoá và dịch vụ để đáp ứng nhu cầu cơ bản và nhu cầu cụ thể của họ. Đáp ứng các nhu cầu cơ bản của họ là bước đầu tiên mà doanh nghiệp của bạn nên thực hiện. Đáp ứng nhu cầu cụ thể của họ có thể làm cho doanh nghiệp của bạn cạnh tranh và bền vững hơn. Sau đây là ví dụ về cách các công ty có thể đáp ứng các nhu cầu cụ thể:

Sản phẩm	Nhu cầu cơ bản	Nhu cầu cụ thể
Rau tươi	Thỏa mãn nhu cầu thực phẩm hàng ngày	Các loại rau được làm sạch, cắt sẵn để nấu, đáp ứng nhu cầu tiết kiệm thời gian nấu nướng.
Điện thoại di động	Thỏa mãn nhu cầu giao tiếp và giải trí	Một cửa hàng điện thoại di động cung cấp dịch vụ trang trí cho điện thoại di động đáp ứng nhu cầu thời trang và phong cách.

“

Nhiều khách hàng có nhu cầu vượt xa sự cần thiết của một sản phẩm chất lượng. Mọi người ngày càng nhận thức được các vấn đề xã hội, môi trường và thích sản phẩm của các công ty không sử dụng lao động trẻ em hoặc không gây ảnh hưởng xấu đến môi trường.

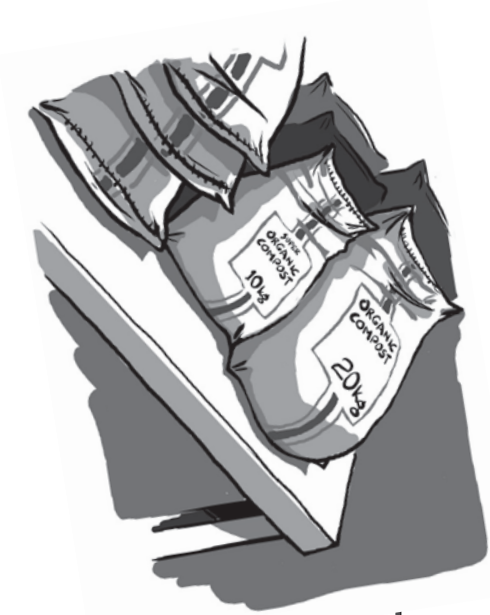


”

Chúng ta hãy cùng xem cách mà Công ty Phân hữu cơ Lá xanh và Túi vải Tâm Thanh mô tả "Sản phẩm" của họ

Kế hoạch Marketing  
SẢN PHẨM

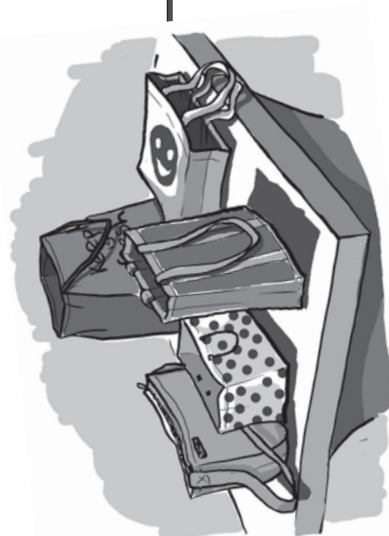
Hàng hóa, dịch vụ hoặc dòng sản phẩm				
	1. Phân siêu hữu cơ	2. Phân hữu cơ	3.	4.
Chất lượng	Phân hữu cơ với tỷ lệ phân chuồng cao, thích hợp cho cây trong giai đoạn đầu để giúp phát triển lá và hoa	Phân làm từ rác hữu cơ, không có kim loại nặng và các chất độc khác, thích hợp cho việc tái sinh đất trước khi trồng		
Màu sắc	Không có	Không có		
Kích cỡ	Túi 10 kg	Túi 20 kg		
Đóng gói	Túi tải chế thông thường	Túi tải chế thông thường		
Chứng nhận	Dán nhãn hữu cơ	Dán nhãn hữu cơ		



## Kế hoạch Marketing

### SẢN PHẨM

Hàng hóa, dịch vụ hoặc dòng sản phẩm				
	1. Túi giặt	2. Túi mua sắm	3. Túi chất thải xanh	4. Túi bảo quản rau
<b>Chất lượng</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• May chắc chắn</li> <li>• Mẫu mã đa dạng</li> <li>• Thiết kế đẹp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• May chắc chắn</li> <li>• Thiết kế đựng đồ thoải mái</li> <li>• Dễ gấp gọn khi không sử dụng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• May chắc chắn</li> <li>• Mẫu mã đa dạng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• May chắc chắn</li> <li>• Mẫu mã đa dạng</li> </ul>
<b>Màu sắc</b>	Nhiều màu	Nhiều màu với họa tiết xu hướng “xanh”	Màu xanh lá	Nhiều màu
<b>Kích cỡ</b>	Nhỏ, vừa và to	Nhỏ, vừa và to	Nhỏ, vừa và to	Nhỏ, vừa và to
<b>Đóng gói</b>	2 trong 1	Không	Không	3 trong 1
<b>Chứng nhận</b>	Dán nhãn Sản phẩm thân thiện	Dán nhãn Sản phẩm thân thiện	Dán nhãn Sản phẩm thân thiện	Dán nhãn Sản phẩm thân thiện





## BÀI TẬP 9

Khi bạn đã nghĩ đến và quyết định loại hàng hoá hoặc dịch vụ nào bạn sẽ bán, hãy hoàn thành mục 2.2: "Sản phẩm" trong kế hoạch marketing của bạn trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh.

### 2.2 Giá cả

Giá là số tiền bạn đặt ra mà khách hàng phải trả cho hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn. Giá bao gồm mọi khoản chiết khấu bạn sẽ đưa ra và khả năng bạn cho khách hàng trả chậm. Có nhiều yếu tố mà bạn phải xem xét trước khi định giá.



## BÀI TẬP 10

Liệt kê tất cả các yếu tố có thể ảnh hưởng đến giá hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn:

.....

.....

.....

Để định giá bạn phải:

- Biết khách hàng trả bao nhiêu cho một sản phẩm tương tự và sau đó quyết định họ sẽ trả thêm bao nhiêu cho những nhu cầu cụ thể (chưa được thỏa mãn) mà sản phẩm của bạn có thể đáp ứng.
- Biết giá cao nhất và thấp nhất của đối thủ cạnh tranh, để bạn có một ý tưởng tốt hơn về giá mà bạn có thể đặt ra cho sản phẩm của bạn.
- Biết chi phí sản phẩm để bạn có thể đặt một mức giá cao hơn chi phí.

Bạn không cần luôn luôn phải đặt một mức giá thấp để cạnh tranh. Thay vào đó, giá của bạn nên phản ánh sự khác biệt của sản phẩm. Ví dụ: nếu bạn cung cấp sản phẩm chất lượng cao, giá của bạn phải cao hơn giá mà đối thủ cạnh tranh phải trả. Giá quá thấp có thể không bao gồm tất cả chi phí và có thể phản tác dụng, nghĩa là khách hàng có thể nghi ngờ chất lượng sản phẩm.

Trong trường hợp bạn bán một sản phẩm hoàn toàn mới, không thể so sánh với giá của đối thủ cạnh tranh thì bạn nên làm gì? Bạn nên kiểm tra với khách hàng tiềm năng về các mức giá khác nhau và xem có bao nhiêu người trong số họ đồng ý mua sản phẩm của bạn ở từng mức giá.

Khi bạn đã quyết định được mức giá, bạn có thể cân nhắc một số chương trình khuyến mại, giảm giá và đôi khi có thể đưa ra các điều kiện tín dụng (bán chịu) để tăng doanh số bán hàng. Hãy chắc chắn rằng bạn có một mục tiêu rõ ràng cho mỗi quyết định giảm giá hoặc điều kiện tín dụng, để các quyết định này không trở thành bất lợi.



“

Bạn phải biết chi phí của mình trước khi bạn có thể đặt giá, vì vậy bạn không thể hoàn thành việc đặt mức giá cho đến khi bạn tính được chi phí trong Phần IX: Chi phí hàng hoá và dịch vụ của bạn. Ở giai đoạn này, thu thập tất cả thông tin bạn có và quyết định mức giá bán, bạn có thể quay lại và điều chỉnh lại sau

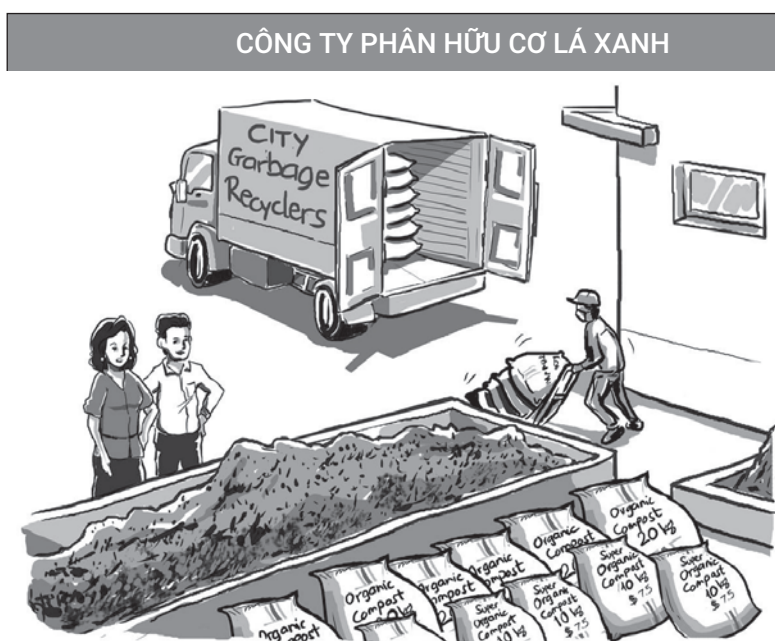
”

Hãy xem cách Công ty Phân hữu cơ Lá xanh và Túi vải Tâm Thanh đặt mức “Giá” của họ ở trang 28-29.



## BÀI TẬP 11

Hãy quyết định mức giá bán, những khoản giảm giá và việc có đưa ra điều kiện tín dụng cho khách trả chậm không. Điền đầy đủ quyết định của bạn vào phần 2.3: “Giá” trong Kế hoạch Marketing trong tài liệu mẫu Kế hoạch Kinh doanh



Anh Xuân và chị Thu đã nói chuyện với khách hàng tiềm năng và tìm ra mức giá mà khách hàng sẵn sàng trả và giá mà đối thủ cạnh tranh của họ. Họ nghĩ rằng việc đặt một mức giá thấp hơn sẽ là một trong những cách tốt nhất để cạnh tranh với các công ty sản xuất phân bón khác. Tuy nhiên, họ sẽ không cạnh tranh với phân bón “nhà làm” (tự chế) giá rẻ của nông dân.

KẾ HOẠCH MARKETING  
Giá sản phẩm

(Cho các nhà sản xuất và nhà khai thác dịch vụ)

	rPhân siêu Hữu cơganic	Phân Hữu cocompost
Chi phí	12,600 /kg	10,000 / kg
Mức giá khách hàng sẵn sàng trả	16,00 /kg	12,000 / kg
Giá đối thủ cạnh tranh	18,000 / kg (giá của nhà máy)	10,000 / kg (giá của nông dân tự làm)
Giá	15,000 / kg	11,400 / kg
Lý do đặt mức giá này	Vẫn thấp hơn giá đối thủ cạnh tranh và duy trì mức lợi nhuận 19%	Đáp ứng mong muốn của khách hàng về giá cả và chất lượng và vẫn duy trì mức lợi nhuận 14%
Giảm giá cho khách hàng sau	Giảm 10% cho các cửa hàng nông cụ và vườn ươm cây trồng, giao hàng miễn phí cho tất cả khách hàng khác	Giảm 10% cho các cửa hàng nông cụ và vườn ươm cây trồng, giao hàng miễn phí cho tất cả khách hàng khác
Lý do giảm giá	Khuyến khích các nhà bán lẻ bán sản phẩm cho người dùng cuối cùng	Khuyến khích các nhà bán lẻ bán sản phẩm cho người dùng cuối cùng
Tin dụng cấp cho các khách hàng sau	Không bán chịu	Không bán chịu
Lý do cho trả chậm		

Chị Thanh không có mức giá so sánh để định giá cho sản phẩm túi của mình vì hiện tại không có sản phẩm nào tương tự trong khu vực. Tuy nhiên, khách hàng nhận thấy rằng bao bì nhựa đắt hơn bao bì loại khác. Cô nên tuyên truyền cho khách hàng tiềm năng về những lợi ích của sản phẩm thân thiện với môi trường của mình để họ sẽ sẵn sàng chi nhiều tiền cho túi của cô hơn là mua túi nhựa.

KẾ HOẠCH MARKETING				
TOSAMA				
Giá sản phẩm				
(Cho cửa hàng bán lẻ và bán buôn)				
	Shopping bags	Laundry bags	Green waste garden bags	Vegetable storage bags
Chi phí	123,000	172,200	172,200	29,600
Giá mà khách hàng sẵn sàng trả	Cao hơn chút so với túi và hộp nhựa			
Giá đối thủ cạnh tranh	100,000/ túi tái sử dụng, miễn phí cho túi dùng 1 lần	100,000- 240,000/túi nhựa, tùy thuộc vào kích cỡ và kiểu dáng	Không có	20,000-30,000/túi nhựa nhỏ (thuận tiện cho việc lưu trữ thịt hơn so với rau)
Giá	140,000/ chiếc	200,000/ chiếc	200,000/ chiếc	32,000/ chiếc
Lý do đặt mức giá	Giá cao hơn mặt hàng nhựa, vì nó mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng. Sản phẩm trông hợp thời trang và thân thiện với môi trường. Cũng hơi tốn kém để sản xuất túi vải tái chế so với túi nhựa hoặc giấy			
Giám giá cho khách hàng	Mua một sản phẩm nhận được một phiếu giảm giá 5% cho lần mua sau (chỉ áp dụng cho tuần khai trương)			
Lý do giảm giá	Để khách hàng mua nhiều hơn			
Tín dụng cấp cho các khách hàng sau	Không bán chịu	Không bán chịu	Không bán chịu	Không bán chịu
Lý do cho trả chậm				



### 2.3. Địa điểm

Địa điểm là vị trí doanh nghiệp của bạn hoạt động. Nếu doanh nghiệp của bạn không ở gần khách hàng của bạn, bạn cần tìm cách để đưa sản phẩm của mình đến với khách hàng. Đây được gọi là phân phối. Hãy lựa chọn giữa phân phối trực tiếp, bán lẻ và bán buôn.

- Phân phối trực tiếp có nghĩa là bán sản phẩm của bạn trực tiếp cho người tiêu dùng. Phân phối trực tiếp là hình thức phân phối hữu ích nhất cho các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm có tính chuyên môn cao và có ít khách hàng.
- Bán lẻ có nghĩa là bán sản phẩm của bạn cho các cửa hàng mà sau đó bán cho người tiêu dùng.
- Bán buôn có nghĩa là bán sản phẩm của bạn với số lượng rất lớn cho người bán buôn sau đó họ bán chúng với số lượng nhỏ hơn hay bán lẻ cho người tiêu dùng.
- Bán lẻ và bán buôn là những hình thức phân phối hữu ích nhất cho các doanh nghiệp thường sản xuất ra số lượng lớn hàng hoá, bán hàng với giá thấp và có nhiều khách hàng trên diện rộng.

#### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh cần rất nhiều không gian và một nơi gần nguồn rác thực phẩm và phân gà và dê là thành phần chính của phân hữu cơ.

#### KẾ HOẠCH MARKETING

##### Địa điểm

##### Vị trí:

- Doanh nghiệp sẽ ở một khu đất nằm cách trung tâm thành phố 15 km.

##### Lý do lựa chọn vị trí này:

- Gần nguồn nguyên vật liệu, gần khu vực thu gom rác thải sinh hoạt và nhà hàng và một số trang trại nhỏ nuôi gà và dê.
- Gần các khu phố đông thanh niên thất nghiệp giúp doanh nghiệp dễ tuyển lao động.
- Gần một số nhà kính.

##### Phương thức phân phối:

- ☐ Trực tiếp      ☐ Bán lẻ      ☐ Bán buôn      ☐ Khác

##### Lý do chọn hình thức phân phối này:

- Phân bón sẽ có sẵn cho những người nông dân mua lượng nhỏ từ các nhà bán lẻ và những người nông dân muốn đặt hàng số lượng lớn hơn với mức giá chiết khấu trực tiếp từ Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh



## TÚI VẢI TÂM THANH

Hoạt động kinh doanh của chị Thanh cần phải được đặt ở một khu vực có nhiều người giàu có hiểu biết về các vấn đề quản lý môi trường. Cô đã tìm thấy địa điểm tại một trong những trung tâm thương mại và dự định bố trí địa điểm mà cô đã chọn để làm cho nó hấp dẫn hơn cho khách hàng.

### KẾ HOẠCH MARKETING

#### Địa điểm

##### Vị trí:

- Tôi sẽ thuê một cửa hàng trong khu mua sắm gần đó, một khu mua sắm cho những người giàu có.

##### Lý do chọn vị trí này:

- Tất cả khách hàng tiềm năng đều có thể dễ dàng tiếp cận địa điểm này, khu mua sắm nằm trong một khu phố giàu có.

##### Phương pháp phân phối:

- ☐ Trực tiếp      ☐ Bán lẻ      ☐ Bán buôn      ☐ Khác

##### Lý do chọn phương pháp phân phối này:

- Tiếp cận trực tiếp và tuyên truyền cho các khách hàng mục tiêu về các vấn đề môi trường cũng như giải pháp mua và sử dụng túi vải



## BÀI TẬP 12



Bây giờ quyết định nơi bạn nên đặt doanh nghiệp của bạn. Ghi lại vị trí mà bạn đã chọn vào phần 2.4: "Địa điểm" trong Kế hoạch Marketing trong tài liệu mẫu Kế hoạch Kinh doanh.

Nếu bạn có kế hoạch mở một doanh nghiệp sản xuất, hãy quyết định bạn sẽ sử dụng hình thức phân phối nào và viết vào tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh của bạn.

### 2.4 Xúc tiến

**Xúc tiến** là việc cung cấp thông tin và thu hút khách hàng mua hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn. Có nhiều cách khác nhau để thông tin và thu hút khách hàng:

**Tiếp thị trực tiếp** có nghĩa là giao tiếp trực tiếp với khách hàng. Tiếp thị trực tiếp có thể có nhiều hình thức khác nhau, chẳng hạn như email trực tiếp, bán hàng qua điện thoại, tin nhắn qua điện thoại di động, email, trang web tương tác, diễn đàn và trang fan hâm mộ.

**Quảng cáo** cung cấp thông tin cho khách hàng tiềm năng để khiến họ quan tâm đến việc mua hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn. Quảng cáo trên báo chí, truyền hình, đài phát thanh và bảng quảng cáo ngoài trời có thể tiếp cận được một số lượng lớn khách hàng tiềm năng nhưng thường khá tốn kém. Các loại phương tiện truyền thông mới, chẳng hạn như blog, trang web, phương tiện truyền thông xã hội hoặc quảng cáo pop-up là tương đối rẻ nhưng vẫn tiếp cận đối tượng rộng.

**Quảng bá** thu hút quan tâm của công chúng thông qua việc tài trợ một số tổ chức từ thiện hoặc tổ chức cuộc tranh luận về các vấn đề môi trường hoặc lễ trao giải. So với quảng cáo, hoạt động quảng bá không tốn kém và đáng tin cậy hơn. Tuy nhiên rất khó để kiểm soát những gì công chúng nói về bạn. Bạn nên bảo vệ doanh nghiệp của mình khỏi quảng bá không tốt bằng cách duy trì danh tiếng tốt với khách hàng.

**Các chương trình xúc tiến bán hàng** là cách khuyến khích tác động doanh số bán hàng tăng ngay lập tức. Ví dụ về xúc tiến bán hàng là phiếu giảm giá, hàng mẫu, phần thưởng, trưng bày, trình diễn tại điểm bán, cuộc thi, giảm giá và rút thăm trúng thưởng.

TÚI VẢI TÂM THANH



Chị Thanh có kế hoạch sử dụng chiến lược quảng cáo thông tin và thuyết phục. Đây là cách chị điền vào phần "Khuyến mại" trong Kế hoạch kinh doanh của mình

KẾ HOẠCH MARKETING

Xúc tiến

Đơn vị: ngàn đồng

Phương tiện	Chi tiết	Chi phí
<b>Quảng cáo</b>		
Website	Phát triển một trang web để chia sẻ thông tin về túi vải tái chế thân thiện với môi trường và mô tả sản phẩm	4.000
Biểu ngữ trực tuyến (banners)	Mua biểu ngữ trên các diễn đàn của phụ nữ (vì họ là khách hàng mục tiêu) để giới thiệu ngắn gọn các túi thân thiện môi trường và liên kết tới trang web	3.000 cho 6 tháng
Tờ rơi	In tờ rơi với thông tin về địa điểm kinh doanh và mô tả các loại túi được bán, phân phát tờ rơi cho người mua sắm ở lối vào khu mua sắm	1.000 tờ rơi, Chi phí 3.000
<b>Quảng bá / Tiếp thị trực tiếp</b>		
Câu chuyện giáo dục	Tạo một câu chuyện kể cách sử dụng túi vải có lợi cho cả khách hàng và môi trường, hãy đăng lên trang web mạng xã hội	Tự làm
<b>Xúc tiến bán hàng</b>		
Trưng bày túi ấn tượng	Các túi sẽ được sắp xếp một cách hấp dẫn trên kệ và đựng các sản phẩm phù hợp với chủng loại và kích cỡ của túi.	Không có
Trình diễn	Người bán hàng sẽ trình diễn sản phẩm mới cho khách hàng	Không có
Giảm giá	Mua một sản phẩm nhận một phiếu giảm giá 5% cho lần mua sau (chỉ áp dụng cho tuần khai trương)	2.000
<b>Tổng chi phí khuyến mãi cả năm</b>		<b>12.000,</b>

## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Do phân bón hữu cơ cải thiện khả năng giữ nước và độ phì nhiêu của đất, do đó đóng góp cho an ninh lương thực và năng suất trong dài hạn, anh Xuân và chị Thu dự kiến hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ khuyến nông để tuyên truyền cho công chúng về những lợi ích của phân hữu cơ. Họ cũng sẽ khuyến mại để khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm của họ. Đây là cách họ điền vào phần "Khuyến mãi" trong Kế hoạch Kinh doanh của họ:

### KẾ HOẠCH MARKETING

#### Xúc tiến

Đơn vị: ngàn đồng

Phương tiện	Chi tiết	Chi phí
<b>Quảng cáo</b>		
Tài liệu quảng cáo (Brochure)	Chi tiết về công ty và sản phẩm	1.000 cuốn 4.000
<b>Quảng bá / Tiếp thị trực tiếp</b>		
Trưng bày	Trưng bày tại triển lãm nông nghiệp	10.000
Trình diễn	Trình bày cách sử dụng phân hữu cơ cho cây trồng, hoa và các cây trồng khác; Mời khách hàng mục tiêu và báo địa phương và truyền hình tham dự	3 cuộc 12.000
<b>Xúc tiến bán hàng</b>		
Giảm giá	Giảm giá 5% cho tất cả các đơn hàng, áp dụng trong 2 tháng đầu	1.400
<b>Tổng chi phí xúc tiến cả năm</b>		<b>27.400</b>

## BÀI TẬP 13



Hãy suy nghĩ về các phương pháp khác nhau mà bạn có thể sử dụng để xúc tiến kinh doanh của mình. Khi bạn đã quyết định sử dụng phương pháp nào, hãy điền vào phần 2.5: "Xúc tiến" trong Kế hoạch marketing của bạn trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh

## 2.5. Con người

Tham khảo Phần V để thảo luận về nhân viên nói chung. Từ quan điểm marketing, thuật ngữ "Con người" đề cập tới câu hỏi: "Ai sẽ phát triển một đặc tính riêng để phân biệt sản phẩm của bạn?" Ví dụ: nếu bạn quyết định cung cấp dịch vụ khách hàng tốt hơn đối thủ cạnh tranh, bạn sẽ cần nhân viên có định hướng khách hàng. Nghĩa là họ phải có trách nhiệm, kiên nhẫn, linh hoạt, thông cảm và thích làm việc với những người khác nhau.

Đối với Kế hoạch Marketing của bạn, bạn cần phải:

- Xác định các vị trí chủ chốt có thể tạo sự khác biệt trong doanh nghiệp của bạn
- Xác định tiêu chí tuyển người cho những vị trí chủ chốt này
- Lập kế hoạch đào tạo và huấn luyện phù hợp cho những vị trí chủ chốt

### TÚI VẢI TÂM THANH



Chị Thanh nhận thức được rằng sự thành công của công việc kinh doanh của chị sẽ phụ thuộc rất nhiều vào mẫu thiết kế túi độc đáo và khả năng thuyết phục khách hàng mua các mặt hàng thân thiện với môi trường. Dưới đây là ví dụ về cách cô hoàn thành phần "Con người" trong Kế hoạch marketing của chị.

### KẾ HOẠCH MARKETING

#### Con người

Vị trí	Tiêu chí tuyển dụng	Kế hoạch đào tạo
Chuyên viên thiết kế	Nhà thiết kế bán thời gian có kiến thức và kinh nghiệm về nghệ thuật ứng dụng	Không có
Người bán hàng	Một người có trình độ, kiên nhẫn và có kỹ năng giao tiếp tốt	Đào tạo người bán hàng về khái niệm sản phẩm, phong cách sống thân thiện với môi trường và dịch vụ khách hàng

## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Anh Xuân và chị Thu tin rằng nhân viên bán hàng đóng một vai trò quan trọng trong kinh doanh của họ. Nhân viên bán hàng giới thiệu cho khách hàng về các loại phân bón và phân hữu cơ sẵn có, so sánh và đưa ra lời khuyên về thời điểm sử dụng phân bón và loại phân nào tốt cho loại cây nào. Họ điền vào phần "Con người" trong Kế hoạch marketing của họ như sau:

### KẾ HOẠCH MARKETING

#### Con người

Vị trí	Tiêu chí tuyển dụng	Kế hoạch đào tạo
Nhân viên bán hàng	Có nền tảng về nông nghiệp và kỹ năng giao tiếp tốt	Đào tạo họ về đặc điểm các sản phẩm khác nhau và kỹ năng tư vấn bán hàng

## BÀI TẬP 14



Hãy suy nghĩ về những vị trí quan trọng bạn cần tuyển nhân viên cho doanh nghiệp của bạn. Khi bạn đã quyết định nên làm gì, điền vào phần 2.6: "Con người" trong Kế hoạch marketing của bạn trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh.

### 2.6. Quy trình

Quy trình bao gồm các cơ chế và bước khác nhau mà bạn sử dụng để đưa sản phẩm đến cho khách hàng của mình. Ví dụ: nếu khách hàng đến nhà hàng bánh pizza, họ không chỉ tiêu thụ pizza mà còn trải qua toàn bộ quy trình bao gồm việc dễ dàng tìm chỗ đỗ xe, thưởng thức bầu không khí của nhà hàng, thực đơn hấp dẫn, thông tin về các món ăn từ nhân viên và nghe những bản nhạc hay trong khi chờ pizza. Vì vậy, bạn nên đảm bảo rằng mỗi bước của quy trình là một trải nghiệm thú vị cho khách hàng của bạn.

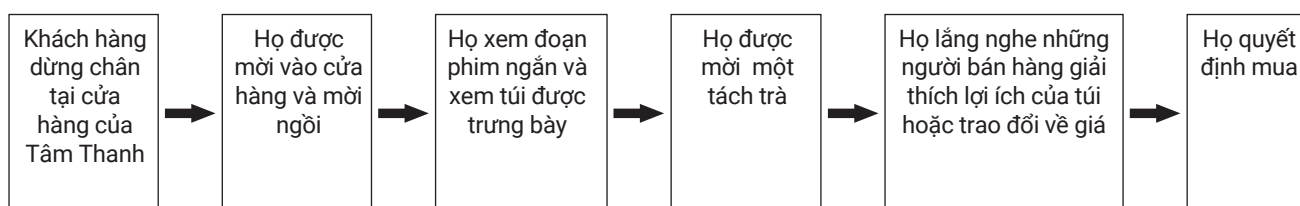
## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Mặc dù phân hữu cơ là một sản phẩm hữu hình, Anh Xuân và chị Thu vẫn tin rằng họ nên nâng cao trải nghiệm của khách hàng bằng cách cung cấp dịch vụ tư vấn trước và sau khi mua. Họ quyết định tạo một đường dây nóng để khách hàng có thể gọi và hỏi ý kiến về cách sử dụng hiệu quả các sản phẩm phân hữu cơ.



## TÚI VẢI TÂM THANH

Chị Thanh nghĩ rằng khách hàng càng có nhiều thời gian trong cửa hàng của cô thì cô càng có nhiều cơ hội để bán cho họ một chiếc túi. Do đó, cô thiết kế một quy trình để làm cho khách hàng của mình được tận hưởng.



## BÀI TẬP 15

Hãy suy nghĩ về một quy trình sẽ làm hài lòng khách hàng của bạn và làm cho họ quyết định mua sản phẩm của bạn. Khi bạn đã quyết định đưa ra một quy trình, điền vào phần 2.7: "Quy trình" trong kế hoạch marketing của bạn trong tài liệu mẫu Kế hoạch Kinh doanh.

### 2.7. Bảng chứng hữu hình

Bảng chứng hữu hình là sự xuất hiện tổng thể của sản phẩm hoặc công ty của bạn. Bạn nên cân nhắc xem khách hàng của bạn nên xem và cảm thấy điều gì khi họ tương tác với doanh nghiệp hoặc sản phẩm của bạn. Dưới đây là một số điểm tương tác giữa doanh nghiệp của bạn và khách hàng:

- Văn phòng và trang trí nội thất
- Xuất hiện trên Internet và trang web
- Đóng gói
- Chỉ dẫn
- Đồng phục nhân viên
- Danh thiếp

## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Anh Xuân và chị Thu muốn khách hàng nhận biết sản phẩm của họ màu xanh lá cây. Họ quyết định sử dụng các bằng chứng hữu hình sau:

- **Đồng phục:** Đồng phục màu xanh lá cây cho nhân viên bán hàng.
- **Đóng gói:** Họ sử dụng bao bì tận dụng bao phế liệu dán nhãn in không thấm nước với hình một bông hoa trên túi cho sản phẩm "Phân siêu hữu cơ" và hình một cánh đồng mới cày cho sản phẩm "Phân hữu cơ".

## TÚI VẢI TÂM THANH

Chị Thanh biết rằng trang trí cửa hàng cần theo hướng thân thiện với môi trường. Chị liệt kê những điều sau đây cho bằng chứng hữu hình:

- **Trang trí cửa hàng:** Sử dụng màu nâu và xanh lá cây, móc treo bằng gỗ, cây xanh trong nhà và âm thanh của tự nhiên.
- **Người bán hàng:** Mặc màu nhẹ, kiểu đơn giản và trang điểm tự nhiên.

## BÀI TẬP 16



Hãy suy nghĩ về các bằng chứng hữu hình quan trọng mà bạn sẽ thực hiện cho doanh nghiệp của bạn. Khi bạn đã quyết định về diện mạo mà bạn muốn đưa ra cho khách hàng, hãy điền vào phần 2.8: "Bằng chứng hữu hình" trong Kế hoạch Marketing của bạn trong tài liệu mẫu Kế hoạch Kinh doanh.

### 3. Ước tính số lượng hàng bán

Đối với những doanh nghiệp sử dụng kênh phân phối trực tiếp, số lượng hàng bán tăng giảm liên tục theo thời gian. Nếu bạn sử dụng các kênh phân phối bán buôn hoặc bán lẻ, số lượng hàng bán có thể khá tốt trong vài tháng đầu vì bạn đang gửi sản phẩm của mình tới các kho và cửa hàng bán buôn, nơi nó được dự trữ hoặc trưng bày trước khi phân phối hoặc người tiêu dùng mua. Số lượng hàng bán có thể giảm trong vài tháng cho đến khi người bán buôn hoặc nhà bán lẻ bán sản phẩm và đặt đơn hàng bổ sung. Sau đó, số lượng hàng bán sẽ trở nên ổn định hơn và phản ánh số lượng mua thực tế của người tiêu dùng cuối cùng.



## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Với chiến lược giá cả cạnh tranh, anh Xuân và chị Thu mong muốn chiếm ít nhất 10% thị trường phân hữu cơ sau 6 tháng. Quy mô thị trường hiện tại của phân hữu cơ là khoảng 8.000 tấn/năm. Họ sẽ bán một nửa trực tiếp cho các trang trại nhỏ, nhà kính và các doanh nghiệp cây cảnh và phân phối nửa còn lại cho các cửa hàng bán lẻ nông cụ và vườn ươm cây giống. Sau đây là dự kiến về số lượng hàng bán từ khi ra mắt vào tháng 6 đến cuối năm.

Sản phẩm	Phân phối	Th 6	Th 7	Th 8	Th 9	Th 10	Th 11	Th 12	Tổng (túi)	Tổng (tấn)
Phân bón siêu hữu cơ (túi 10 kg)	Trực tiếp	480	720	800	1.000	1.200	1.400	1.400	7.000	70
	Bán lẻ	1.600	2.000	400	600	680	800	920	7.000	70
	<b>Tổng</b>	<b>2.080</b>	<b>2.720</b>	<b>1.200</b>	<b>1.600</b>	<b>1.880</b>	<b>2.200</b>	<b>2.320</b>	<b>14.000</b>	<b>140</b>
Phân bón hữu cơ (túi 20 kg)	Trực tiếp	600	800	1.000	1.200	1.400	1.600	1.800	8.400	168
	Bán lẻ	2.000	2.400	400	600	800	1.000	1.200	8.400	168
	<b>Tổng</b>	<b>2.600</b>	<b>3.200</b>	<b>1.400</b>	<b>1.800</b>	<b>2.200</b>	<b>2.600</b>	<b>3.000</b>	<b>16.800</b>	<b>336</b>
<b>Tổng số lượng sản phẩm bán được</b>										<b>476</b>
Tổng số lượng sản phẩm trên thị trường trong 7 tháng, bằng 8.000 tấn chia cho 12 rồi nhân với 7:										4.667
<b>Thị phần</b>										<b>10%</b>

## TÚI VẢI TÂM THANH

Trong 6 tháng đầu tiên, chị Thanh dự định mở một cửa hàng. Toàn bộ lượng hàng của chị sẽ bán qua cửa hàng bán lẻ trực tiếp cho người tiêu dùng. Chị Thanh khá bảo thủ khi dự kiến doanh thu, vì đây là một khái niệm khá mới. Phải mất một thời gian để khách hàng được tuyên truyền, có hứng thú với ý tưởng này và mua những chiếc túi. Chị đặt mục tiêu đạt được khoảng 5% quy mô hiện tại của thị trường túi nhựa trong sáu tháng đầu.

Sản phẩm	Th 1	Th 2	Th 3	Th 4	Th 5	Th 6	Tổng (chiếc)
Túi mua sắm	100	200	300	400	500	500	2.000
Túi giặt	200	400	600	800	1.000	1.000	4.000
Túi đựng chất thải	300	600	900	1.200	1.500	1.500	6.000
Túi lưu trữ rau quả	500	1.000	1.500	2.000	2.500	2.500	10.000
<b>Tổng</b>	<b>1.100</b>	<b>2.200</b>	<b>3.300</b>	<b>4.400</b>	<b>5.500</b>	<b>5.500</b>	<b>22.000</b>
<b>Tổng số lượng sản phẩm bán được</b>							<b>22.000</b>
<b>Tổng số lượng sản phẩm bán được trên thị trường trong 6 tháng</b>							<b>400.000</b>
<b>Thị phần</b>							<b>5%</b>



Hãy suy nghĩ về khối lượng bán hàng mà bạn có thể đạt được và thị phần mà bạn có thể nắm bắt trong vòng sáu tháng hoặc một năm. Khi bạn đã đưa ra một con số, điền vào phần 3: "Ước tính số lượng hàng bán" trong kế hoạch Marketing của bạn trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh.



Trong Phần IV, bạn đã học được

- **Marketing** có nghĩa là xác định nhu cầu của người tiêu dùng và thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng tốt hơn so với đối thủ cạnh tranh của bạn để kiếm lợi nhuận.
- **Hoạt động Marketing** của bạn bắt đầu với ý tưởng kinh doanh của bạn. Sử dụng ý tưởng kinh doanh của bạn, tìm hiểu thêm về khách hàng và đối thủ cạnh tranh thông qua nghiên cứu thị trường. Bạn sẽ biết rõ kế hoạch Marketing của mình có tốt hơn hay không.
- **Marketing** sẽ xác định cách tiếp thị hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn. Một cách để tổ chức Kế hoạch Marketing của bạn là mô tả 7P của marketing hỗn hợp.
- **Sản phẩm** là một hay nhiều hàng hoá, dịch vụ mà bạn sẽ cung cấp để đáp ứng các nhu cầu của khách hàng.
- **Giá** có nghĩa là bạn sẽ tính phí bao nhiêu cho khách hàng của mình đối với hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn. Nó cũng bao gồm việc giảm giá và điều khoản trả chậm. Để định giá bạn phải:
  - Biết khách hàng sẵn sàng trả mức giá bao nhiêu
  - Biết giá của đối thủ cạnh tranh
  - Biết chi phí của bạn
- **Địa điểm** rất quan trọng vì vị trí phải thuận tiện cho khách hàng. Đối với nhà sản xuất, địa điểm có nghĩa là cách phân phối bạn chọn cho sản phẩm của bạn. Tùy thuộc vào sản phẩm, bạn phải lựa chọn giữa phân phối trực tiếp, bán lẻ và bán buôn.
- **Xúc tiến** có nghĩa là thông tin cho khách hàng về hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn và thu hút họ mua hàng. Tiếp thị trực tiếp thường cho phép giao tiếp hai chiều giữa bạn và khách hàng. Công nghệ gần đây đã giúp giảm chi phí của phương pháp tiếp thị trực tiếp hoặc không mất chi phí. Quảng cáo cung cấp thông tin cho khách hàng tiềm năng của bạn để khiến họ quan tâm đến việc mua hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn. Quảng bá giúp lan truyền tin tức về doanh nghiệp của bạn nhưng bạn khó kiểm soát các luồng ý kiến. Quảng bá có thể tích cực hoặc tiêu cực. Xúc tiến bán hàng mang lại giá trị gia tăng hoặc khuyến khích doanh số bán hàng ngay khi khách hàng đến với doanh nghiệp.

- 
- **Con người** đề cập đến câu hỏi "Ai sẽ phát triển đặc tính riêng để phân biệt sản phẩm của bạn?" Bạn nên xác định những vị trí quan trọng trong doanh nghiệp và đưa ra các tiêu chuẩn tuyển dụng và đào tạo.
  - **Quy trình** bao gồm các cơ chế và bước khác nhau được sử dụng để đưa sản phẩm đến cho khách hàng của bạn. Bạn nên đảm bảo rằng mỗi bước của quy trình tạo ra trải nghiệm thú vị cho khách hàng của bạn.
  - **Bằng chứng hữu hình** là sự xuất hiện tổng thể của sản phẩm, dịch vụ hay công ty của bạn. Bạn nên quyết định xem khách hàng của mình nên nhìn thấy và cảm nhận những gì khi họ tương tác với doanh nghiệp hoặc sản phẩm của bạn.
  - Dựa trên kế hoạch marketing, bạn có thể ước tính **khối lượng bán hàng** mà bạn sẽ đạt được trong sáu tháng đầu hoặc thậm chí là năm đầu tiên. Nhìn vào nghiên cứu thị trường của bạn để có được tổng số tiền bán hàng trên thị trường trong một khoảng thời gian cụ thể và sau đó ước tính thị phần mà bạn nghĩ rằng bạn có thể đạt được với Kế hoạch Marketing của mình. Đối với kế hoạch sản xuất hoặc mua hàng, bạn cũng nên dự kiến số lượng doanh thu mà bạn sẽ có mỗi tháng.

# NHÂN VIÊN

Khi bắt đầu hoạt động kinh doanh mới, bạn có thể cần thuê nhân viên. Nếu bạn sử dụng nhân viên, bạn sẽ cần kỹ năng để quản lý họ. Bạn cũng phải tuân thủ các luật và quy định áp dụng cho thị trường lao động.



*Năng suất của doanh nghiệp phần lớn phụ thuộc vào những người mà bạn sử dụng. Tài liệu hướng dẫn Con người và Năng suất IYB đưa ra chi tiết hơn về cách tuyển dụng, động viên và quản lý nhân viên của bạn để đạt được năng suất cao hơn*

Bạn có thể thuê người trong gia đình bạn. Để tránh xung đột lợi ích hoặc sự không hài lòng của nhân viên khác, hãy đảm bảo rằng các thành viên gia đình bạn có những kỹ năng cần thiết và không phải được tuyển dụng chỉ vì họ là người trong gia đình. Họ không được hưởng các đặc quyền và phải có điều kiện làm việc giống như nhân viên khác.

## 1. Bạn cần nhân viên nào?

Ý tưởng kinh doanh của bạn sẽ giúp bạn quyết định những kỹ năng mà nhân viên của bạn cần.

Thực hiện theo các bước sau để xác định nhân viên nào bạn cần trong công việc kinh doanh của bạn:

1. Liệt kê các nhiệm vụ phải thực hiện. Nhóm các nhiệm vụ tương tự lại với nhau.
2. Quyết định nhiệm vụ nào bạn sẽ không có thời gian hoặc kỹ năng để tự thực hiện.
3. Xác định kỹ năng, kinh nghiệm và các yêu cầu khác mà bạn cần có ở nhân viên để thực hiện các nhiệm vụ này.
4. Quyết định số lượng nhân viên cần thiết để thực hiện từng nhiệm vụ - điều này phần lớn sẽ phụ thuộc vào quy mô kinh doanh mà bạn ước tính và thời gian cần thiết để thực hiện mỗi nhiệm vụ.
5. Chuẩn bị bản mô tả công việc cho từng vị trí, nơi bạn mô tả chức vụ, nhiệm vụ, trình độ trách nhiệm và kỹ năng cần thiết để thực hiện nhiệm vụ.

6. Xây dựng chính sách nhân viên, chẳng hạn như giờ làm việc, ngày lễ, ngày nghỉ phép hàng năm và nghỉ ốm, v.v.

Khi bạn đã sẵn sàng để bắt đầu kinh doanh, bạn sẽ cần phải chọn đúng người bằng cách xác định ứng viên tiềm năng hoặc quảng cáo rộng rãi. Hãy cẩn thận để xem xét các kỹ năng mềm khác, chẳng hạn như thái độ và cam kết. Phỏng vấn ứng viên đủ tiêu chuẩn và chọn người tốt nhất.

Tất cả nhân viên cần có hợp đồng bằng văn bản tuân thủ luật lao động và các quy định của chính phủ. Ngoài ra, nhân viên của bạn sẽ cần một buổi giới thiệu giúp họ cảm thấy thoải mái trong môi trường làm việc mới và mô tả cách họ thực hiện công việc của họ.

## 2. Chi phí nhân sự

Xem xét các chi phí liên quan đến nhân viên mà bạn đã quyết định thuê. Chi phí nhân viên của bạn sẽ bao gồm tiền lương hàng tháng của họ, và các khoản đóng góp theo luật định như bảo hiểm, y tế và trợ cấp.

Là chủ doanh nghiệp, bạn cũng nên xác định mức lương và các phúc lợi khác mà bạn sẽ nhận được. Số tiền này không nên quá thấp để không thâm hụt vốn kinh doanh bởi nhu cầu cá nhân hoặc gia đình của chủ sở hữu. Tuy nhiên cũng không nên để mức lương này quá cao vì người chủ đã hưởng đa phần lợi nhuận, nếu thấp hơn thì doanh nghiệp mới có thể phát triển.

Bạn có thể xem xét sử dụng nhân viên tạm thời để đáp ứng nhu cầu công việc phát sinh. Bạn phải trả lương cho nhân viên tạm thời theo giờ, nhưng họ không nhận được các khoản lợi ích khác như nghỉ phép có hưởng lương hoặc các khoản trợ cấp nghỉ ốm. Khi bạn thuê nhân viên tạm thời, bạn phải biết trước khi nào bạn cần họ và trong bao lâu.

Đây là cách anh Xuân và chị Thu đã quyết định về nhu cầu nhân viên của họ và các chi phí liên quan:

### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Tại Công ty phân hữu cơ Lá xanh, anh Xuân sẽ chịu trách nhiệm quản lý toàn bộ công ty về việc kinh doanh và công việc hành chính, còn chị Thu sẽ giám sát nhà máy, chịu trách nhiệm về sản xuất và tìm nguồn nguyên liệu thô. Họ dự định sử dụng lao động bán thời gian và chỉ thuê một số nhân viên toàn thời gian. Chị Thu sẽ cần một trợ lý Giám sát Nhà máy. Anh Xuân sẽ cần một nhân viên tiếp thị, hai trợ lý bán hàng và lái xe để quản lý giao hàng. Họ cần một kế toán để lưu giữ hồ sơ nhưng chị Thu sẽ làm điều đó ít nhất trong sáu tháng đầu.

Đối với nhân viên toàn thời gian 10% tiền lương hàng tháng phải được đóng vào quỹ hưu trí và bảo hiểm y tế.

## NHU CẦU NHÂN VIÊN VÀ CHI PHÍ

Nhiệm vụ	Yêu cầu kỹ năng và kinh nghiệm	Người thực hiện	Lương tháng (đ)	Đóng bảo hiểm hưu trí và y tế (đ)
Giám đốc nhà máy	Bằng thương mại	Xuân	18.000.000	1.800.000
Giám sát nhà máy	Bằng cấp về khoa học và quản trị	Thu	14.000.000	1.400.000
Trợ lý giám sát nhà máy	Bằng về thú y từ một tổ chức được công nhận. có kinh nghiệm 3 năm	Toàn	7.000.000	700.000
Nhân viên marketing	Bằng cấp nâng cao về bán hàng và marketing	Thắng	10.000.000	1.000.000
Lái xe	Bằng lái xe	Nam	3.000.000	300.000
Nhân viên bán thời gian	Chứng chỉ về cạnh tác hữu cơ	Nhân viên bán thời gian	20.000/giờ	
Trợ lý bán hàng	Ít nhất một năm kinh nghiệm bán phân hữu cơ cho nông dân	Tuấn. Bách	12.000.000	1.200.000
<b>Tổng số nhân viên thường trực</b>		<b>7</b>	<b>64.000.000</b>	<b>6.400.000</b>
<b>Tổng chi phí nhân viên hàng tháng</b>				<b>70.400.000</b>

### TÚI VÀI TÂM THANH



Chị Thanh có kế hoạch bắt đầu ở quy mô nhỏ. Chị sẽ tự mình thực hiện tất cả các nhiệm vụ quản lý. Chị dự kiến thuê một trợ lý cửa hàng. Nếu không đủ, chị sẽ thuê thêm một trợ lý khác khi công việc kinh doanh khá hơn. Chị Thanh điền vào phần "Nhân viên" trong kế hoạch kinh doanh của mình.

## NHU CẦU NHÂN VIÊN VÀ CHI PHÍ

Nhiệm vụ	Yêu cầu kỹ năng và kinh nghiệm	Người thực hiện	Lương hàng tháng (đ)	Đóng bảo hiểm hưu trí và y tế (đ)
Mua hàng, quản lý kho, quản trị và bán hàng	Quản trị kinh doanh và bán hàng	Thanh	12.000.000	1.200.000
Bán hàng và dịch vụ khách hàng trong cửa hàng	Kinh nghiệm bán hàng với một số kiến thức về sản phẩm xanh	Một nhân viên toàn thời gian	6.000.000	600.000
<b>Tổng số nhân viên</b>		<b>2</b>	<b>18.000.000</b>	<b>1.800.000</b>
<b>Tổng chi phí nhân viên hàng tháng</b>				<b>19.800.000</b>



## BÀI TẬP 18

Chuyển sang phần 4.1: "Cơ cấu tổ chức" và phần 4.2: "Yêu cầu về nhân viên và chi phí" trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh. Điền vào mẫu mô tả các nhiệm vụ mà bạn cần phải thuê nhân viên, trình độ yêu cầu của mỗi nhân viên, số nhân viên bạn cần tuyển dụng và số tiền bạn sẽ trả cho mỗi nhân viên hàng tháng.



## TÓM TẮT

Trong phần V bạn đã học được:

- Trước khi thuê nhân viên, bạn **cần phải quyết định họ cần có kỹ năng nào. Dựa vào đó, hãy quyết định đối tượng mà bạn đang tìm kiếm.**
- **Bạn nên tuân theo luật pháp và quy định áp dụng cho thị trường lao động của nhà nước.**
- **Bạn có thể thuê nhân viên tạm thời, nhưng bạn nên biết trước khi nào bạn cần họ và bao nhiêu giờ.**
- **Chi phí nhân viên bao gồm tiền lương và các khoản đóng góp theo luật định như bảo hiểm, dịch vụ y tế và các khoản phụ cấp.**

# TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ

## 1. Loại hình doanh nghiệp

Trước khi bắt đầu, hãy chọn loại cấu trúc kinh doanh phù hợp nhất cho doanh nghiệp của bạn. Sự lựa chọn hình thức pháp lý là rất quan trọng và có thể tạo sự khác biệt liên quan đến:

- Chi phí khởi nghiệp và số tiền lệ phí đăng ký kinh doanh
- Sự đơn giản hoặc phức tạp của việc khởi sự và quản lý doanh nghiệp
- Rủi ro tài chính đối với chủ doanh nghiệp
- Khả năng tìm được đối tác kinh doanh
- Cách thức ra quyết định trong doanh nghiệp
- Thuế thu nhập doanh nghiệp

“

Mỗi quốc gia có các quy tắc và quy định đối với các hình thức kinh doanh khác nhau. Tìm hiểu chính xác những quy tắc và quy định áp dụng ở quốc gia của bạn trước khi bạn quyết định hình thức kinh doanh. Đừng để bất cứ ai thuyết phục bạn chọn một hình thức nào cho đến khi bạn hiểu đầy đủ những lợi thế và bất lợi của mỗi hình thức.

”





## 1.1. Các loại hình doanh nghiệp khác nhau

### Doanh nghiệp tư nhân

Doanh nghiệp tư nhân là doanh nghiệp của bạn, thuộc sở hữu của một mình bạn và bạn có quyền đưa ra tất cả các quyết định kinh doanh.

Doanh nghiệp Tư nhân là một hình thức kinh doanh dễ dàng và rẻ tiền để bắt đầu. Nhưng nó cũng là rủi ro nhất, bởi vì bạn chịu trách nhiệm về tất cả các khoản nợ của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp không trả được các khoản nợ của mình, chủ nợ có thể bắt buộc bạn phải trả tiền hoặc họ có thể thế chấp bất cứ tài sản nào mà bạn có thể sở hữu cho đến khi khoản nợ được thanh toán.

### Hợp tác kinh doanh

Nếu hai hoặc nhiều người quyết định cùng thành lập một doanh nghiệp thì họ hình thành quan hệ đối tác.

Các thủ tục bắt đầu hợp tác khá đơn giản và chi phí tương đối thấp. Để bắt đầu quan hệ đối tác, các đối tác tham gia vào một thỏa thuận hợp tác. Thỏa thuận hợp tác phải bằng văn bản để tránh hiểu nhầm. Thỏa thuận hợp tác nên bao gồm:

- Mô tả về ngành kinh doanh của bạn
- Cách thức chia sẻ lợi nhuận hoặc tổn thất cho các đối tác
- Trách nhiệm của các bên

Các đối tác cùng nhau đưa ra các quyết định về kinh doanh, trừ khi thỏa thuận hợp tác của họ trao quyền cho một người đưa ra quyết định. Điều quan trọng cần lưu ý là nếu một đối tác đưa ra thỏa thuận thay mặt cho các đối tác khác, thì thỏa thuận này có tính ràng buộc đối với tất cả các đối tác.

Ưu điểm của mối quan hệ đối tác, trái với sở hữu duy nhất, là nó có lợi từ những kỹ năng kinh doanh và kinh nghiệm của nhiều người và trách nhiệm chung cùng chia sẻ số vốn cần thiết để bắt đầu kinh doanh.

### Hợp tác xã

Hợp tác xã được thành lập bởi một số người quyết định làm việc cùng nhau cho một mục đích chung. Mục đích chung có thể là đạt được lợi ích kinh tế hoặc cung cấp một số dịch vụ nhất định cho các thành viên của hợp tác xã. Ví dụ, các dịch vụ này có thể được quảng cáo cho hợp tác xã hoặc chia sẻ nguồn cung cấp nguyên liệu. Tất cả các thành viên của hợp tác xã đều có một phiếu bầu mỗi khi ra quyết định, nhưng thường thì họ chỉ định một ban quản lý để điều hành hoạt động hàng ngày của hợp tác xã.

Mỗi thành viên của hợp tác xã mua cổ phần và trả tiền hội viên. Lợi nhuận được phân bổ theo số cổ phần mà mỗi thành viên nắm giữ. Ít có khả năng gặp rủi ro tài chính.

### Công ty trách nhiệm hữu hạn

Công ty TNHH được sở hữu bởi một hoặc nhiều chủ sở hữu được gọi là thành viên. Tất cả các chủ sở hữu có thể hoặc không làm việc trong doanh nghiệp hoặc một số chủ sở hữu có thể chủ động điều hành kinh doanh, trong khi những người khác chỉ là nhà đầu tư.

Để bắt đầu một công ty TNHH, bạn nên làm theo các bước sau:

Bước 1: Tên doanh nghiệp phải được chấp thuận bởi cơ quan đăng ký kinh doanh hoặc cơ quan tương tự.

Bước 2: Sau khi được chấp thuận tên, cần đưa ra biên bản ghi nhớ và các điều khoản hợp tác của công ty.

Bước 3: Biên bản ghi nhớ và các điều khoản hợp tác được gửi lên Cơ quan đăng ký doanh nghiệp hoặc cơ quan có thẩm quyền tương tự.

Bước 4: Cơ quan đăng ký doanh nghiệp sẽ cấp Giấy chứng nhận thành lập doanh nghiệp, có nghĩa là công ty TNHH của bạn hiện đã được thành lập.

Lợi thế lớn nhất của một công ty trách nhiệm hữu hạn là ít rủi ro cho mỗi thành viên. Trong một công ty trách nhiệm hữu hạn, các thành viên không phải chịu trách nhiệm cá nhân về các khoản nợ mà doanh nghiệp có thể phải gánh chịu.

Một ưu điểm khác là một công ty TNHH thường được coi là ổn định và đáng tin cậy hơn, có thể là một lợi thế khi làm việc với các chủ nợ, nhà cung cấp và khách hàng.

Thành lập công ty TNHH khá phức tạp và tốn kém. Bạn nên tìm kiếm sự trợ giúp từ luật sư hoặc chuyên gia pháp lý để giúp bạn quyết định xem công ty TNHH có phù hợp cho doanh nghiệp của bạn hay không.

Để thúc đẩy quá trình ra quyết định, các cổ đông sẽ chỉ định một ban giám đốc chịu trách nhiệm quản lý kinh doanh. Hội đồng quản trị có thể lần lượt bổ nhiệm một hoặc nhiều người quản lý để điều hành doanh nghiệp. Một người có thể vừa là cổ đông, thành viên hội đồng quản trị và nhà quản lý doanh nghiệp.

## Công ty Cổ phần

Công ty cổ phần là doanh nghiệp, trong đó:

- Vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần;
- Cổ đông có thể là tổ chức, cá nhân; số lượng cổ đông tối thiểu là 03 và không hạn chế số lượng tối đa;
- Cổ đông chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của doanh nghiệp trong phạm vi số vốn đã góp vào doanh nghiệp;
- Cổ đông có quyền tự do chuyển nhượng cổ phần của mình cho người khác, trừ một vài trường hợp đặc biệt trường hợp có quy định theo Luật doanh nghiệp.
- Công ty cổ phần có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.
- Công ty cổ phần có quyền phát hành cổ phần các loại để huy động vốn.

## 1.2. Làm thế nào để lựa chọn đúng loại hình kinh doanh?

Trong bảng ở trang tiếp theo, bạn có thể thấy sự khác biệt chính giữa bốn hình thức kinh doanh hợp pháp. Sử dụng nó để đánh giá yếu tố nào là quan trọng đối với bạn:

- Nếu doanh nghiệp của bạn phải vay mượn nhiều vốn để mua thiết bị, sẽ tốt hơn nếu không phải chịu trách nhiệm về các khoản nợ do đó một công ty TNHH là phù hợp nhất.
- Nếu doanh nghiệp của bạn không phải vay mượn nhiều vốn, thì công ty một người sở hữu hay công ty hợp danh sẽ thích hợp hơn.

<div> <div>Một chủ sở hữu</div> <div>Hợp tác kinh doanh</div> <div>Hợp tác xã</div> <div>Công ty TNHH</div> </div>			
<b>Đăng ký</b>	Cần xin giấy phép kinh doanh	Phải có giấy phép kinh doanh và Đăng ký hợp đồng hợp tác	Phải có giấy phép kinh doanh và đăng ký thành lập hợp tác xã
<b>Chi phí pháp lý để mở doanh nghiệp</b>	Chi phí giấy phép kinh doanh	Chi phí của giấy phép kinh doanh và lệ phí trước bạ đối với giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh	Chi phí pháp lý để viết các Điều khoản Thành lập, chi phí mua cổ phần và phí hội viên hàng năm cộng với lệ phí đăng ký và lệ phí cấp giấy phép kinh doanh
<b>Mức độ khó khăn pháp lý</b>	Đơn giản	Đơn giản	Phức tạp, đòi hỏi luật sư
<b>Số lượng chủ sở hữu</b>	Một	Từ 2 trở lên	Nhiều
<b>Trách nhiệm tài chính của chủ sở hữu đối với các khoản nợ kinh doanh</b>	Toàn bộ trách nhiệm cá nhân đối với tất cả các khoản nợ trong tương lai	Toàn bộ trách nhiệm của chủ sở hữu đối với tất cả các khoản nợ trong tương lai	Không có trách nhiệm cá nhân của các thành viên về nợ
<b>Ra quyết định trong kinh doanh</b>	Tất cả các quyết định của chủ sở hữu	Tất cả các chủ sở hữu cùng ra quyết định trừ khi các thỏa thuận khác được ghi vào thỏa thuận hợp tác	Mỗi thành viên có một phiếu. Ban quản lý thường được chỉ định để điều hành doanh nghiệp.
<b>Thuế</b>	Chủ sở hữu bị đánh thuế thu nhập DN	Các chủ sở hữu chịu phần thuế cho phần của họ hưởng từ lợi nhuận kinh doanh	Hợp tác xã nộp thuế thu nhập doanh nghiệp
			Công ty trả thuế TNDN

## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Anh Xuân và chị Thu nhận thấy sẽ phát sinh những chi phí tương đối cao khi xin giấy phép từ các cơ quan quản lý khác nhau. Để tiết kiệm chi phí cá nhân và quản lý hiệu quả, họ quyết định ký thỏa thuận hợp tác. Họ đăng ký thỏa thuận này với cơ quan đăng ký thỏa thuận hợp tác kinh doanh.

Thỏa thuận hợp tác của họ bao gồm:

Ngành kinh doanh: Sản xuất phân hữu cơ

Phân chia lợi nhuận: Lợi nhuận phân chia đều cho anh Xuân và chị Thu.

Trách nhiệm các bên: Anh Xuân sẽ chịu trách nhiệm quản lý toàn bộ hoạt động kinh doanh và chị Thu sẽ chịu trách nhiệm quản lý nhà máy.

Khi họ đã đồng ý bắt đầu kinh doanh với tư cách là đối tác, họ điền vào phần "Hình thức pháp lý của Doanh nghiệp" trong Kế hoạch Kinh doanh của họ.

### HÌNH THỨC PHÁP LÝ CỦA DOANH NGHIỆP

**Doanh nghiệp hoạt động dưới dạng:**

Hợp tác kinh doanh

**Lý do lựa chọn hình thức này:**

Đơn giản để bắt đầu và sẽ không đòi hỏi nhiều tài chính. Hai đối tác có đủ tiền để trả cho các giấy phép và đánh giá khác nhau theo yêu cầu.

**Chủ doanh nghiệp là:**

Tên

Xuân

Tên

Thu

**Mô tả kỹ năng**

Bằng thương mại

Chứng chỉ ngành nông nghiệp hữu cơ

Quản trị và bán hàng

Bằng quản trị

**Kinh nghiệm tương ứng**

Trợ lý các công việc tại nông trại Kinh nghiệm làm nông trại

**Mô tả kỹ năng**

Bằng cử nhân khoa học

Bằng quản trị nhân sự

Chứng chỉ ngành nông nghiệp hữu cơ và phân hữu cơ

**Kinh nghiệm tương ứng**

## TÚI VẢI TÂM THANH



Chị Thanh đã suy nghĩ về hình thức kinh doanh hợp pháp mà cô ấy nên chọn cho cửa hàng của mình. Chị biết rằng sẽ rủi ro nếu điều hành doanh nghiệp với tư cách là một chủ sở hữu duy nhất, nhưng tính đơn giản của việc khởi sự một mình rất hấp dẫn với chị và cũng rẻ hơn so với đăng ký dạng công ty TNHH. Chị quyết định điều hành công việc kinh doanh một mình. Chị viết vào trong kế hoạch kinh doanh của mình.

### HÌNH THỨC PHÁP LÝ CỦA DOANH NGHIỆP

#### **Doanh nghiệp hoạt động dưới dạng:**

Chủ sở hữu duy nhất

#### **Lý do lựa chọn hình thức này:**

So với công ty TNHH thì sự đơn giản và chi phí khởi sự thấp của hình thức này có thể bù cho những rủi ro có thể có.

#### **Chủ sở hữu:**

**Tên:** Thanh

**Mô tả kỹ năng:** Quản trị doanh nghiệp, bán hàng và marketing

**Kinh nghiệm tương ứng:** 4 năm kinh nghiệm với các sản phẩm xanh



## BÀI TẬP 19

Hãy suy nghĩ về những lợi thế và bất lợi của mỗi hình thức kinh doanh. Khi bạn đã quyết định, điền vào phần 5.1: "Hình thức kinh doanh hợp pháp" trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh.

## 2. Trách nhiệm pháp lý và bảo hiểm

### Thuế

Doanh nghiệp của bạn sẽ thu hộ một số khoản thuế từ khách hàng của bạn và nộp lại cho cơ quan thuế nhà nước, ví dụ như thuế bán hàng hoặc thuế giá trị gia tăng. Doanh nghiệp cũng chịu trách nhiệm khấu trừ và nộp lại cho cơ quan thuế ngay tại nguồn (PAYE) hoặc các khoản thuế thu nhập từ lương nhân viên.

Các loại thuế khác do chính doanh nghiệp thanh toán. Nếu doanh nghiệp có lợi nhuận, cơ quan thuế sẽ tính thuế thu nhập doanh nghiệp theo phần trăm lợi nhuận. Khi doanh nghiệp của bạn mua hàng hóa hoặc dịch vụ từ các doanh nghiệp khác, doanh nghiệp của bạn có trách nhiệm thanh toán thuế giá trị gia tăng cho những doanh nghiệp đó và sau đó gửi thông tin về số tiền đó cho cơ quan thuế.

### Nhân viên

Tìm hiểu luật và quy định về lao động áp dụng cho ngành kinh doanh của bạn. Ví dụ ở hầu hết các quốc gia, khi bạn thuê nhân viên lâu dài, bạn cần phải đóng bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế.

### Giấy phép

Tìm hiểu xem bạn có cần giấy phép hay không và nhận nó ở đâu. Đối với một số doanh nghiệp có thể phải xin giấy phép đặc biệt cần thiết để hoạt động. Tìm hiểu xem điều này có áp dụng cho doanh nghiệp của bạn không.

### Bảo hiểm

Nếu bạn mua bảo hiểm cho doanh nghiệp của bạn, bạn sẽ được đảm bảo an ninh tài chính khi chịu thiệt hại bởi tai nạn, thiên tai hoặc các sự cố.

Rủi ro như sự sụt giảm nhu cầu về hàng hoá hay dịch vụ của bạn là một phần của hoạt động kinh doanh, nhưng các loại rủi ro khác có thể được bù đắp thông qua bảo hiểm, ví dụ:

- Tài sản. máy móc, cổ phiếu và xe cộ có thể được bảo hiểm do bị ăn cắp.
- Tài sản có thể được bảo hiểm thiệt hại do cháy hoặc tai nạn.
- Nhân viên của bạn, gia đình bạn và tất cả mọi người có thể được bảo hiểm tai nạn và các chi phí y tế.

#### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Liên hệ với công ty bảo hiểm để biết được bảo hiểm nào là tốt nhất cho doanh nghiệp của bạn. Bạn nên hiểu và so sánh các thủ tục thanh toán và bồi thường của các hãng bảo hiểm khác nhau. Hãy đặt các câu hỏi như: Cách nào thuận tiện cho doanh nghiệp nộp đơn yêu cầu bồi thường nếu có vấn đề xảy ra? Chính sách bồi thường có bị hủy nếu họ chậm thanh toán không?

Anh Xuân và chị Thu đã liên hệ với cơ quan thuế và các cơ quan chính quyền địa phương để tìm hiểu những yêu cầu pháp lý áp dụng cho hoạt động kinh doanh của họ. Họ viết ra những gì họ đã học được vào Kế hoạch kinh doanh của họ.

## TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ VÀ BẢO HIỂM

### Thuế áp dụng cho doanh nghiệp gồm:

Thuế thu nhập và thuế giá trị gia tăng

### Các quy định sau áp dụng cho nhân viên:

Nghỉ lễ có hưởng lương, nghỉ ốm, lương tối thiểu và thời giờ làm việc tối thiểu.

### Doanh nghiệp sẽ cần các giấy phép và giấy phép sau đây:

Giấy phép thương mại hàng năm	Chi phí (đ)
Giấy phép của Hội đồng Thành phố mỗi năm	

6.000.000

6.000.000

### Các trách nhiệm khác của doanh nghiệp:

Đánh giá môi trường hàng năm	2.000.000
------------------------------	-----------

2.000.000

## TÚI VẢI TÂM THANH



Chị Thanh cũng đã liên hệ với những doanh nghiệp khác và một công ty bảo hiểm để tìm hiểu về các yêu cầu pháp lý và chi phí bảo hiểm. Chị viết ra những gì học được vào Kế hoạch kinh doanh của mình.

## TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ VÀ BẢO HIỂM

### Thuế áp dụng cho doanh nghiệp gồm:

Thuế thu nhập

### Các quy định sau áp dụng cho nhân viên:

Nghỉ lễ có hưởng lương, nghỉ ốm, lương tối thiểu và thời giờ làm việc tối thiểu.

### Doanh nghiệp sẽ cần các giấy phép và giấy phép sau đây:

Giấy phép kinh doanh	Chi phí (đ)
----------------------	-------------

0

### Doanh nghiệp cần mua bảo hiểm sau:

Bảo hiểm kho bãi và thiết bị hàng năm	12.000.000
---------------------------------------	------------

12.000.000

### Các trách nhiệm khác của doanh nghiệp:

Giúp thu gom rác để giữ cho khu vực sạch sẽ	200.000
---	---------

200.000



Xem qua danh sách dẫn bên dưới và nghĩ về những trách nhiệm pháp lý áp dụng cho doanh nghiệp của bạn và bạn cần bảo hiểm gì. Thêm nội dung vào danh sách dẫn nếu cần.

Trách nhiệm pháp lý	Áp dụng cho bạn (đánh dấu)	Tìm thông tin ở đâu?
<b>THUẾ</b>		
Thuế doanh thu và giá trị gia tăng		
Thuế thu nhập cá nhân của nhân viên		
Thuế thu nhập doanh nghiệp		
<b>NHÂN VIÊN</b>		
Lương tối thiểu		
Số giờ cho phép một nhân viên có thể làm việc mỗi ngày		
Nghỉ lễ		
ATVSLĐ		
Nghỉ ốm		
<b>GIẤY PHÉP</b>		
Giấy phép kinh doanh		
<b>BẢO HIỂM</b>		
Tài sản		
Thiệt hại		
<b>QUẢN LÝ MÔI TRƯỜNG</b>		
Giấy phép môi trường		





## BÀI TẬP 21

Xem lại tất cả các trách nhiệm pháp lý và bảo hiểm, điền vào phần 5.2: "Trách nhiệm pháp lý và bảo hiểm" trong tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh.



## TÓM TẮT

Trong Phần VI bạn đã học được:

- Có một số hình thức pháp lý mà bạn có thể chọn cho doanh nghiệp của bạn. Hình thức hoặc loại công ty là rất quan trọng và có thể tạo sự khác biệt trong:
  - Chi phí khởi sự và đăng ký kinh doanh
  - Sự đơn giản hoặc phức tạp của việc khởi sự và điều hành kinh doanh
  - Rủi ro về tài chính đối với chủ doanh nghiệp
  - Khả năng tìm được đối tác
  - Cách ra quyết định trong doanh nghiệp
  - Thuế thu nhập doanh nghiệp
- Doanh nghiệp tư nhân là một hình thức kinh doanh dễ dàng và ít chi phí để bắt đầu. Nhưng nó cũng là rủi ro nhất, bởi vì bạn là chủ sở hữu - chịu trách nhiệm cá nhân về tất cả các khoản nợ của doanh nghiệp.
- Hợp tác kinh doanh có thể là một lợi thế nếu doanh nghiệp cần những kỹ năng hoặc kinh nghiệm mà bạn không có. Đối tác cũng có thể giúp đỡ bằng cách đóng góp vốn để bắt đầu kinh doanh. Tất cả các đối tác chia sẻ trách nhiệm đối với các khoản nợ của doanh nghiệp do đó rủi ro của bạn bị giảm.
- Hợp tác xã được thành lập bởi một số người quyết định làm việc cùng nhau cho một mục đích chung. Mục đích chung có thể là tăng trưởng kinh tế hoặc cung cấp một số dịch vụ nhất định cho các thành viên của hợp tác xã.
- Lợi thế lớn nhất của một công ty trách nhiệm hữu hạn là ít rủi ro cho mỗi cổ đông. Là một cổ đông, bạn chỉ có nguy cơ mất tiền bạn đưa vào kinh doanh khi mua cổ phần. Nhưng thành lập công ty TNHH là khá phức tạp và tốn kém.
- Khi bạn điều hành một doanh nghiệp, bạn có trách nhiệm pháp lý, bao gồm đóng thuế, tuân thủ luật lao động và các quy định, xin giấy phép và tuân thủ hợp đồng thuê mướn và hợp đồng khác.
- Bảo hiểm có thể cung cấp một số biện pháp bảo vệ chống lại các tổn thất về tài chính do tai nạn, trộm cắp, cháy nổ, ốm đau và các sự cố khác.

# MUA HÀNG CHO DOANH NGHIỆP

Nếu doanh nghiệp của bạn sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ, bạn cần mua thiết bị và nguyên liệu để sản xuất hàng hoá hoặc dịch vụ. Nếu doanh nghiệp của bạn bán lẻ hoặc bán buôn, bạn cần phải mua hàng thành phẩm để bán lại.

## 1. Thiết bị

Thiết bị là tất cả máy móc, dụng cụ, phụ kiện nhà xưởng, xe cộ... mà doanh nghiệp bạn cần để sản xuất hàng hóa hoặc cung cấp dịch vụ. Để chọn thiết bị tốt, bạn nên xem xét:

- Thiết bị có hoạt động tốt không? Nó có hay bị hỏng không?
- Có loại thiết bị mới tốt hơn không?
- Thiết bị nào là kinh tế nhất khi vận hành và dễ vận hành nhất?
- Tôi có cần được đào tạo đặc biệt để sử dụng thiết bị không? Tôi có thể được đào tạo không? Đào tạo có miễn phí không?
- Thiết bị sử dụng được trong bao lâu?
- Nhà cung cấp có cung cấp bảo hành bằng văn bản không?
- Nhà cung cấp có lắp đặt thiết bị và dịch vụ đó không?
- Phụ tùng có sẵn tại địa phương không? Tôi có thể mua chúng nhanh như thế nào? Chúng có giá bao nhiêu?

Bạn có thể nhận được lời khuyên từ các nhà cung cấp về thiết bị, nhưng bạn cũng nên nói chuyện với các thành viên gia đình, bạn bè kinh doanh và những người sử dụng thiết bị đó hoặc loại tương tự. Bạn cũng có thể tìm thông tin về đặc điểm thiết bị, độ tin cậy và những điểm hạn chế trên internet.

Cuối cùng, bạn nên quyết định việc sử dụng tiền kinh doanh tốt nhất là gì? Doanh nghiệp của bạn có nên:

- Mua thiết bị mới không?
- Mua thiết bị đã qua sử dụng không?
- Mượn, thuê hoặc thuê mua thiết bị không?
- Thuê một doanh nghiệp khác có thiết bị để làm việc cho bạn?

Đầu tư vào năng lượng tái tạo

Có ba lý do chính khiến bạn có thể muốn đầu tư vào năng lượng tái tạo (ví dụ như thiết bị năng lượng mặt trời, năng lượng gió, khí sinh học ...):

- Kế hoạch kinh doanh của bạn ở một nơi không có điện hoặc lưới điện quốc gia không ổn định và cúp điện sẽ làm ảnh hưởng sản xuất và kinh doanh của bạn.
- Sẽ rẻ hơn khi sản xuất năng lượng sử dụng các dạng tái tạo. Bạn sẽ tiết kiệm chi phí năng lượng trong thời gian dài ngay cả khi thiết bị đắt hơn.
- Các chính phủ khuyến khích đầu tư vào năng lượng tái tạo. Các khoản trợ cấp được thanh toán theo hình thức thuế đầu vào cho cả thiết bị phát điện hoặc cho đầu tư.

Nếu bạn đang cân nhắc mua các thiết bị năng lượng tái tạo, hãy tìm các thiết bị cần thiết, công suất thiết bị sẵn có, lượng điện bạn cần và chi phí đầu tư có tính đến trợ cấp của chính phủ.

#### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Anh Xuân và chị Thu cần phải mua thiết bị để sản xuất phân hữu cơ. Họ đã đặt hàng các nhà cung cấp thiết bị trong thành phố và cũng lấy lời khuyên từ một tổ chức phi chính phủ. Tổ chức phi chính phủ cung cấp cho họ những thông tin hữu ích về một số loại thiết bị. Cuối cùng, Anh Xuân và chị Thu quyết định mua các thiết bị năng lượng đôi, hoạt động bằng điện và khí sinh học. Nó đắt hơn thiết bị điện nhưng nó có thể tiết kiệm chi phí năng lượng.

## 2. Nguyên liệu thô

Nguyên liệu là tất cả các vật liệu và các phụ kiện đưa vào sản phẩm. Việc lập kế hoạch nguyên liệu thô mà doanh nghiệp bạn cần là rất quan trọng để đảm bảo rằng doanh nghiệp có đủ nguyên liệu để sản xuất và để sản phẩm được giao đúng hạn cho khách hàng. Bạn có thể cần phải dự trữ nguyên liệu thô để đảm bảo chúng có sẵn khi cần. Nhưng việc dự trữ quá nhiều sẽ lãng phí tiền của bạn vì vậy bạn nên dự trữ nguyên liệu càng ít càng tốt. Dựa vào ước tính bán hàng trong Phần IV: Kế hoạch marketing, bạn có thể ước tính đúng lượng nguyên liệu mà doanh nghiệp bạn cần.

Bạn nên mua các nguyên vật liệu từ các nhà cung cấp đáng tin cậy và đảm bảo chất lượng là tốt, sẽ làm tăng sự chấp nhận các sản phẩm của bạn trên thị trường.

## 3. Hàng thành phẩm

Khi mua hàng thành phẩm, bạn cần cân nhắc:

- Khách hàng muốn loại hàng gì?
- Khách hàng có muốn hàng hóa được đảm bảo chất lượng không?
- Mối quan tâm về môi trường của khách hàng là gì? Họ có quan tâm về sức khỏe không?
- Khách hàng sẵn sàng trả ở mức giá nào?

- Bạn có thể mong đợi bán bao nhiêu loại hàng hoá mỗi tuần hoặc mỗi tháng?
- Bạn có thể mua hàng trực tiếp từ nhà sản xuất hay bạn nên mua từ người bán buôn?

Tương tự như mua nguyên liệu, bạn có thể ước tính lượng hàng thành phẩm cần thiết dựa trên dự kiến bán hàng để bạn có thể lưu trữ hàng tồn kho tối thiểu càng tốt.

Một số nhà cung cấp sẵn sàng cung cấp hàng hoá trả chậm để tăng doanh thu. Việc mua trả chậm thường tốn kém, vì bạn có thể bị yêu cầu phải trả lãi trên giá mua gốc. Tuy nhiên, nó có thể giúp bạn vượt qua giai đoạn khởi đầu, nếu bạn không có đủ vốn.

## TÚI VẢI TÂM THANH

Chị Thanh thăm một số nhà cung cấp và yêu cầu họ làm túi vải tái chế đặc biệt theo mẫu mà chị cung cấp. Cuối cùng, chị chọn một công ty có thể làm túi theo số lượng và chất lượng mà chị yêu cầu. Chị Thanh và công ty đã ký một thỏa thuận rằng túi sẽ được bán riêng cho chị ấy trong năm năm đầu tiên và thanh toán sẽ được thực hiện vào ngày đầu tiên của tháng tiếp theo.



*Quá trình mua hàng tốt sẽ giúp tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp của bạn. Tài liệu hướng dẫn Mua hàng và Quản lý tồn kho của IYB có hướng dẫn chi tiết hơn về cách mua hàng tốt và quản lý tồn kho hiệu quả.*

## BÀI TẬP 22



Hãy suy nghĩ về công việc kinh doanh của bạn và liệt kê tất cả những thứ bạn cần phải mua để bắt đầu kinh doanh.

Những thứ cần mua	Yêu cầu	Nhà cung cấp	Chi phí
Thiết bị:			
Nguyên vật liệu:			
Nguyên vật liệu:			



## TÓM TẮT

Trong Phần VII bạn đã học được:

- Bạn nên đảm bảo rằng thiết bị mà bạn dự định mua có thể tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ theo số lượng và chất lượng bạn đã mô tả trong Kế hoạch Marketing.
- Bạn nên mua các vật liệu từ các nhà cung cấp đáng tin cậy và đảm bảo chất lượng là tốt. Đảm bảo rằng các nguyên liệu bạn mua đạt được tiêu chuẩn chất lượng theo yêu cầu. Sử dụng nguyên liệu đảm bảo chất lượng sẽ làm tăng sự chấp nhận sản phẩm của bạn trên thị trường.
- Nếu doanh nghiệp của bạn là nhà bán lẻ hoặc người bán buôn, khi bạn mua hàng thành phẩm để bán lại, bạn nên xem xét:
  - Khách hàng muốn loại hàng gì?
  - Khách hàng có muốn hàng hóa được đảm bảo chất lượng không?
  - Mối quan tâm về môi trường của khách hàng là gì? Họ có quan tâm về sức khỏe không?
  - Khách hàng sẵn sàng trả ở mức giá nào?
  - Bạn có thể mong đợi bán bao nhiêu loại hàng hoá mỗi tuần hoặc mỗi tháng?
  - Bạn có thể mua hàng trực tiếp từ nhà sản xuất hay bạn nên mua từ người bán buôn?
- Nếu mua các thiết bị năng lượng tái tạo, tìm ra thiết bị cần thiết, công suất thiết bị sẵn có, lượng điện cần thiết và chi phí đầu tư.

# KINH DOANH XANH

## 1. Doanh nghiệp của bạn và tài nguyên thiên nhiên

Các doanh nghiệp hoạt động phụ thuộc vào các nguồn tài nguyên thiên nhiên và sử dụng chúng trong quá trình sản xuất theo những cách khác nhau như:

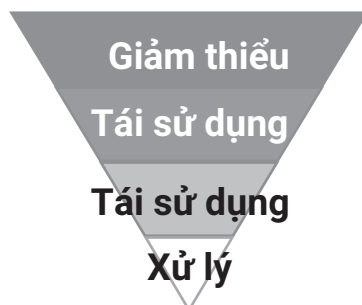
- Hầu hết các doanh nghiệp đều cần nguyên liệu trong sản xuất. Đây có thể là những loại tái tạo như gỗ, các loại tái chế như chất thải nhựa hoặc các loại không tái tạo như xi măng, sắt và thép và gỗ do phá rừng.
- Hầu hết các doanh nghiệp đều cần điện hoặc nhiệt năng trong sản xuất kinh doanh. Năng lượng có thể đến từ các nguồn tái tạo như gió, mặt trời, thủy điện, gỗ cây có khả năng sinh trưởng nhanh hoặc từ các nguồn không tái tạo như dầu diesel và nhiên liệu hóa thạch (VD: xăng, dầu, than đá...)
- Hầu hết các doanh nghiệp đều cần nước trong sản xuất kinh doanh. Nước có thể lấy từ các nguồn bền vững như nước mưa hoặc các nguồn không bền vững như khai thác nước ngầm quá mức. Hầu hết các doanh nghiệp cũng thải ra chất thải rắn và nước thải mà môi trường tự nhiên phải hấp thụ.

Tất cả các doanh nghiệp đều được bao bọc bởi môi trường tự nhiên. Môi trường tự nhiên có thể sạch sẽ và trong lành hoặc rất ô nhiễm và bẩn. Một môi trường tự nhiên lành mạnh sẽ đem lại lợi thế cho doanh nghiệp của bạn. Đặc biệt là khi bạn làm việc trong ngành du lịch vẻ đẹp của môi trường tự nhiên sẽ thu hút khách du lịch và giữ họ ở lại lâu hơn. Việc lạm dụng tài nguyên thiên nhiên và ô nhiễm quá mức dẫn tới cạn kiệt và ảnh hưởng đến sự tồn tại của các doanh nghiệp. Ví dụ, các doanh nghiệp phá rừng và sử dụng quá nhiều gỗ rừng không tái sinh sẽ gây xói mòn đất, thiếu gỗ cho nhu cầu trong tương lai, mất khả năng làm sạch nước tự nhiên và biến đổi khí hậu. Điều này sẽ tác động trở lại chính doanh nghiệp, vì doanh nghiệp phụ thuộc vào gỗ, nước sạch hoặc đất màu. Sự phát triển của doanh nghiệp cũng dựa vào sức khỏe của người lao động và chủ doanh nghiệp, mà những người này cũng bị đe dọa bởi sự xuống cấp và ô nhiễm môi trường.

Bạn nên xem xét một số chiến lược mà các doanh nghiệp đang áp dụng để quản lý các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Sau đây là một chiến lược có tác động tích cực đến môi trường cũng như nâng cao khả năng sinh lời của doanh nghiệp.

## 2. Tăng hiệu quả và lợi nhuận: giảm thiểu, tái sử dụng

Một chiến lược chung để tăng hiệu quả và do đó tăng lợi nhuận là ba cách tiếp cận “Rs”: Giảm thiểu (Reduce), Tái sử dụng (Reuse) và Tái chế (Recycle). Các doanh nghiệp khai thác những cơ hội phát sinh từ các chiến lược này là những doanh nghiệp như công ty Phân hữu cơ Lá Xanh của anh Xuân và chị Thu



**Giảm thiểu** những tiêu thụ không cần thiết dẫn tới giảm chất thải là bước quan trọng nhất. Nó có thể được thực hiện nếu chúng ta thay đổi hành vi tiêu dùng bằng cách mua các sản phẩm bền hơn, sử dụng chúng lâu hơn và không chuyển sang sản phẩm “sáng tạo” mới trên thị trường

**Tái sử dụng** mọi thứ là một cách khác để làm giảm lượng chất thải tạo ra. Những vật cũ có thể được sử dụng theo những cách mới. Sử dụng vật cũ để tạo vật mới là sử dụng lại.

**Tái chế** là ưu tiên thứ ba trong ba chiến lược hiệu quả “Rs”. Nó có thể được thực hiện khi không thể giảm thiểu và tái sử dụng. Việc tái chế có thể cung cấp nguyên liệu thô mới từ vật liệu thải. Do đó, tái chế ngăn ngừa việc thải bỏ chất thải và đáp ứng nhu cầu dành nhiều nguyên liệu từ môi trường tự nhiên để tạo ra nhiều sản phẩm mới hơn. Nó thiết lập quy trình sản xuất theo chu kỳ.

**Xử lý** là phương sách cuối cùng. Nó được chọn sau khi tất cả các lựa chọn quản lý chất thải khác đã hết tác dụng. Xử lý rác thải liên quan đến việc đổ và tiêu hủy chất thải. Do đó, chất thải phải được xử lý sơ bộ trước khi được xử lý cuối cùng để giảm lượng chất thải hoặc mức độ độc hại của nó.

## 3. Phân loại chất thải

Rất nhiều người không phân loại chất thải hữu cơ và chất thải vô cơ khi thải loại mà bỏ chung tất cả các chất thải lại với nhau. Phân loại chất thải là cần thiết.

Chất thải hữu cơ là chất thải sinh học. Ví dụ như thực vật, thực phẩm thối rữa và chất thải động vật. Do đặc điểm của nó, chất thải này còn được gọi là “chất thải ướt”. Nó có khả năng phân hủy sinh học và có thể được chế biến thành phân bón hữu cơ như phân bón mà anh Xuân và chị Thu ở Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh dự định bán.

Chất thải vô cơ là chất thải không phải từ tự nhiên mà do con người tạo ra. Ví dụ về chất thải vô cơ điển hình là kim loại, thủy tinh và nhựa. Chất thải này chứa nhiều vật liệu có thể được tái chế. Do đặc tính của nó, chất thải vô cơ còn được gọi là “chất thải khô”. Túi vải Tâm Thanh là một ví dụ về việc sử dụng chất thải khô – vải tái chế để sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường. Tái chế chất thải khô là một cách hợp lý để mở rộng cơ hội kinh doanh của bạn.

## BÀI TẬP 23



Bây giờ hãy suy nghĩ về công việc kinh doanh của bạn và chất thải được tạo ra. Những gì có thể được giảm và những gì có thể được tái sử dụng, tái chế hoặc bán như một nguyên vật liệu? Mục đích sử dụng lại hoặc tái chế? Liệt kê chất thải, ước tính số lượng và đề xuất chiến lược Giảm thiểu, Sử dụng lại và Tái chế (Chiến lược 3 "Rs"):

Chất thải	Số lượng	Chiến lược 3"Rs"

## TÓM TẮT



Trong Phần VIII bạn đã học được:

- Doanh nghiệp của bạn có thể phụ thuộc và sử dụng các nguồn tài nguyên thiên nhiên theo những cách khác nhau. Lãng phí tài nguyên thiên nhiên dẫn đến sự cạn kiệt và ảnh hưởng đến khả năng tồn tại của doanh nghiệp.
- Doanh nghiệp của bạn nên xem xét một số chiến lược mà các doanh nghiệp đang sử dụng trong quản lý tài nguyên thiên nhiên. Một chiến lược chung để tăng hiệu quả và lợi nhuận là cách tiếp cận 3"Rs": Giảm thiểu. Tái sử dụng và Tái chế.
- Bằng cách phân loại rác thải do doanh nghiệp của bạn sản xuất thành chất thải hữu cơ và chất thải vô cơ, bạn không chỉ tạo ra một tác động tích cực đến môi trường mà còn có thể tiết kiệm được chi phí nguyên liệu cho sản xuất.





# TÍNH CHI PHÍ HÀNG HÓA DỊCH VỤ CỦA BẠN

Trong Phần IV “Kế hoạch Marketing” bạn đã học cách xác định giá cho hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn. Một yếu tố khác mà bạn nên xem xét là chi phí để sản xuất và bán hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn. Điều này sẽ giúp xác định xem mức giá bạn đã định có làm cho hoạt động kinh doanh của bạn có lãi không.

## 1. Chi phí là gì?

Chi phí là tất cả số tiền mà doanh nghiệp của bạn dành để sản xuất và bán hàng hoá hoặc dịch vụ. Chi phí của các doanh nghiệp có thể được chia thành hai loại: chi phí cố định và chi phí biến đổi.

Chi phí cố định không thay đổi kể cả khi khối lượng sản xuất thay đổi, số lượng bán hàng thay đổi hoặc số lượng dịch vụ được cung cấp thay đổi. Tiền thuê, trả lãi vay và tiền lương cho nhân viên hành chính là ví dụ về Chi phí Cố định.

Chi phí cố định đôi khi có thể thay đổi. Ví dụ tiền thuê nhà của bạn có thể tăng. Nhưng lý do thay đổi không liên quan đến sản lượng hoặc khối lượng bán hàng.

Chi phí biến đổi là những chi phí biến động theo số lượng sản phẩm sản xuất được, số lượng bán hàng hoặc số lượng dịch vụ bạn cung cấp. Ví dụ, nguyên liệu, bao bì và tiền lương của công nhân sản xuất (lương theo sản phẩm) là các chi phí biến đổi.

## BÀI TẬP 24



Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh đã liệt kê một số chi phí sau đây mà họ phải trả để làm phân hữu cơ. Đánh dấu tất cả các Chi phí Biến đổi?

Chi phí		Chi phí	
Rau phế thải	└	Bao bì tận dụng để đóng gói	└
Phân gà	└	Trang thiết bị	└
Tiền công nhân bán thời gian	└	Tiền lương của chủ sở hữu	└
Tiền lương nhân viên bán hàng	└	Điện thoại	└
Điện và nước	└	Giấy phép	└
Bảo hiểm	└	Chi phí tiếp thị	└
Vận chuyển	└	Các loại thảo mộc	└

Các ví dụ ở trên rất dễ phân loại. Một số chi phí có thể mơ hồ hơn bởi vì chúng không hoàn toàn là cố định hay biến đổi. Ví dụ, tiền lương cho nhân viên bán hàng có thể bao gồm một mức lương cố định và một khoản hoa hồng bán hàng thay đổi với khối lượng bán hàng. Các chi phí này nên được chia thành các phần cố định và biến đổi riêng biệt. Chỉ có hoa hồng bán hàng sau đó mới được coi là Chi phí Biến đổi.

Chi phí là cách bạn tính toàn bộ chi phí để sản xuất hoặc bán hàng hoá hay cung cấp dịch vụ.

$$\boxed{\text{Tổng chi phí biến đổi}} + \boxed{\text{Tổng chi phí cố định}} = \boxed{\text{Tổng chi phí}}$$

Tính chi phí giúp doanh nghiệp:

- Xác định mức giá
- Giảm thiểu và kiểm soát chi phí
- Ra quyết định tốt hơn
- Lập kế hoạch cho tương lai

## 2. Tính chi phí cho nhà sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ

Nếu bạn là một nhà bán lẻ hoặc người bán buôn (hay bán sỉ), hãy chuyển sang trang 73.

Các nhà sản xuất và nhà cung cấp dịch vụ thực hiện theo ba bước dưới đây để tính toán tổng chi phí của mỗi sản phẩm. Điều này được minh họa bằng ví dụ của Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh.

$$\begin{array}{ccc}
 \text{Bước 1} & & \text{Bước 2} & & \text{Bước 3} \\
 \boxed{\text{Ước tính}} & & \boxed{\text{Ước tính}} & & \boxed{\text{Ước tính}} \\
 \boxed{\text{Chi phí biến đổi}} & + & \boxed{\text{Chi phí cố định}} & = & \boxed{\text{Tổng chi phí}} \\
 \boxed{\text{trên 1 sản phẩm}} & & \boxed{\text{trên 1 sản phẩm}} & & \boxed{\text{trên 1 sản phẩm}}
 \end{array}$$

Dưới đây là Biểu mẫu tính chi phí sản phẩm cho nhà sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ.

MẪU TÍNH CHI PHÍ SẢN PHẨM (đối với nhà sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ)			
Sản phẩm:			
1. Chi phí Biến đổi TRÊN 1 ĐƠN VỊ SẢN PHẨM			
1	2	3	4
Đầu vào	Đơn giá	Số lượng ước tính cho 1 đơn vị sản phẩm	Chi phí ước tính trên 1 đơn vị sản phẩm
Chi phí biến đổi ước tính trên 1 đơn vị sản phẩm (1)			
2. Chi phí Cố định TRÊN 1 ĐƠN VỊ SẢN PHẨM			
Tổng chi phí cố định ước tính hàng tháng (2)			
Tổng chi phí biến đổi ước tính của DN hàng tháng (3)			
Chi phí cố định trên chi phí biến đổi (4) = (2)/(3)			
Chi phí cố định ước tính trên 1 đơn vị sản phẩm (5) = (4) x (1)			
3. TỔNG CHI PHÍ TRÊN 1 ĐƠN VỊ SẢN PHẨM (6) = (1) + (5)			

Bạn sẽ cần phải tạo một Biểu mẫu tính phí sản phẩm riêng cho từng sản phẩm của mình. Bạn sẽ học cách làm từng bước và làm thế nào để điền vào mẫu.

**BƯỚC 1: ƯỚC TÍNH chi phí biến đổi TRÊN MỘT ĐƠN VỊ SẢN PHẨM**

Để ước tính chi phí biến đổi cho mỗi hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn, hãy làm theo 5 bước sau:

1. Liệt kê tất cả các yếu tố đầu vào của bạn có chi phí biến đổi với số lượng sản phẩm sản xuất hoặc số lượng dịch vụ được cung cấp trong phần 1 của Biểu mẫu Chi phí sản phẩm, cột 1
2. Lấy chi phí mua hàng cho từng đơn vị đầu vào và ghi chi phí đó vào cột 2.
3. Ước lượng số lượng đầu vào cần thiết để tạo ra một sản phẩm hoặc dịch vụ và ghi số đó vào cột 3.
4. Tính chi phí của mỗi đầu vào cần thiết để tạo ra một đơn vị sản phẩm hoặc dịch vụ bằng cách nhân giá đơn vị của mỗi đầu vào (cột 2) và số lượng đầu vào bạn cần để làm một đơn vị sản phẩm (cột 3); Ghi số tiền đó vào cột 4.
5. Tính chi phí biến đổi cho mỗi mục bằng cách cộng tất cả số tiền trong cột 4. Viết kết quả vào mục (1).

## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh sẽ làm hai loại phân bón hữu cơ, một loại với một lượng nitơ vừa phải và đóng gói trong túi 20 kg với nhãn "hữu cơ" và một loại khác với một lượng lớn ni-tơ đóng gói trong túi 10 kg với nhãn "Siêu hữu cơ". Họ điền vào phần 1 của Biểu mẫu Tính chi phí Sản phẩm cho Phân Siêu hữu cơ của họ như sau:

BIỂU MẪU TÍNH CHI PHÍ SẢN PHẨM (Cho nhà sản xuất và cung cấp dịch vụ)			
Sản phẩm: Phân siêu hữu cơ			
1. Chi phí Biến đổi TRÊN ĐƠN VỊ			
1	2	3	4
Đầu vào	Đơn giá (đ)	Số lượng ước tính trên 1 đơn vị (túi)	Chi phí ước tính trên 1 đơn vị(đ)
Rau thải loại	1.000/kg	20.0 kg	20.000
Phân gà	20.000/kg	3.0kg	60.000
Túi đựng cũ	5.000/túi	1 túi	5.000
Nhân công	20.000/giờ	0.6 giờ	12.000
Chi phí biến đổi ước tính trên 1 đơn vị sản phẩm (1)			97.000

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh sẽ làm hai loại phân bón hữu cơ, một loại với một lượng nitơ vừa phải và đóng gói trong túi 20 kg với nhãn "hữu cơ" và một loại khác với một lượng lớn ni-tơ đóng gói trong túi 10 kg với nhãn "Siêu hữu cơ". Họ điền vào phần 1 của Biểu mẫu Tính chi phí Sản phẩm cho Phân Siêu hữu cơ của họ như sau:

Dưới đây là một số lưu ý về cách Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh hoàn thành phần 1 của Biểu mẫu Chi phí sản phẩm:

### 1. Đầu vào

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh liệt kê đầu vào với chi phí biến đổi tùy thuộc vào khối lượng sản xuất. Nguyên liệu đầu vào bao gồm các loại rau thải, phân gà, bao bì tận dụng và tiền lương cho lao động sản xuất.

Họ cũng sử dụng thảo mộc. Chi phí của các loại thảo mộc biến động tùy vào khối lượng sản xuất. Tuy nhiên, các loại thảo mộc cần thiết cho một túi phân siêu hữu cơ rất ít và rất khó để tính toán bao nhiêu loại thảo mộc mà họ cần cho một túi, do đó anh Xuân và chị Thu đã quyết định rằng các loại thảo mộc không phải là một chi phí biến đổi. Ở trang 68, bạn có thể thấy cách Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh đưa các loại thảo mộc vào chi phí cố định.

### 2. Đơn giá

Trong cột 2, anh Xuân và chị Thu ghi lại số tiền họ sẽ phải trả cho một đơn vị của nguyên liệu đầu vào. Họ có được thông tin này từ nghiên cứu thị trường và báo giá của các nhà cung cấp khác nhau.

Ví dụ, Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh sẽ sử dụng lao động bán thời gian để sản xuất. Chị Thu biết rằng chị cần phải trả một nhân viên bán thời gian 160.000đ mỗi ngày trong 8 giờ làm việc, vì vậy chi phí lao động theo giờ là 20.000đ (160.000đ cho mỗi 8 giờ làm việc). Mức này tương đối phù hợp.

### 3. Số lượng ước tính cho mỗi sản phẩm

Anh Xuân và chị Thu ước tính họ sẽ cần 800 kg rau thái và 120 kg phân gà để chế biến một lô phân Siêu hữu cơ. Mỗi lô sản xuất sẽ cung cấp 400 kg phân bón nitơ cao, tương ứng 40 túi/lô.

Họ phân chia số tiền của từng nguyên liệu đầu vào theo số lượng túi làm từ mỗi lô sản xuất. Trong cột 3, họ ghi lại số lượng đầu vào (20 kg rau thái, 3 kg phân gà) mà họ cần để làm một túi phân.

Đối với mỗi lô sản xuất, họ sẽ cần 3 người làm việc 8 giờ trong một ngày. Điều này có nghĩa là họ cần tổng cộng 24 giờ để làm 40 bao (3 người x 8 giờ x 1 ngày). Hoặc có nghĩa là họ cần 0,6 giờ để làm một túi phân Siêu hữu cơ.

### 4. Chi phí ước tính cho mỗi sản phẩm

Để tính chi phí cho mỗi đầu vào cho mỗi mặt hàng, anh Xuân và chị Thu nhân giá mua mỗi đầu vào (cột 2) theo số lượng đầu vào cần thiết để làm một túi phân (cột 3). Trong cột 4, họ ghi lại kết quả tính toán của họ.

### 5. Chi phí biến đổi ước tính cho mỗi sản phẩm

Anh Xuân và chị Thu cộng tất cả số tiền trong cột 4 để tính tổng Chi phí Biến đổi cho mỗi túi phân Siêu hữu cơ, tức là 97.000đ. Họ làm tương tự cho mặt hàng phân hữu cơ của họ và tính rằng chi phí biến đổi của mỗi 20 kg túi phân hữu cơ là 152.000đ (xem mẫu ở trang 73).

“

Mặc dù Chi phí biến đổi mỗi tháng trong doanh nghiệp của bạn sẽ thay đổi theo khối lượng sản xuất hoặc số lượng dịch vụ được cung cấp. Chi phí biến đổi cho mỗi sản phẩm sẽ không thay đổi trừ khi giá thị trường của nguyên liệu bạn sử dụng thay đổi.



”

Khi bạn đã ước tính Chi phí Biến đổi cho mỗi đơn vị sản phẩm, bạn đã hoàn thành bước 1 của chi phí của mình.

#### BƯỚC 2: ƯỚC TÍNH CHI PHÍ CỐ ĐỊNH trên MỖI ĐƠN VỊ SẢN PHẨM

Để ước tính chi phí cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm hoặc dịch vụ bạn cung cấp, hãy sử dụng phần 2 của Biểu mẫu tính chi phí sản phẩm và thực hiện theo bốn bước sau:

1. Ước tính tổng chi phí cố định mỗi tháng; Ghi số tiền vào khoảng trống cho mục (2) trên Biểu Mẫu tính chi Phí Sản Phẩm.

2. Ước tính tổng chi phí biến đổi mỗi tháng cho doanh nghiệp của bạn; Ghi số tiền vào khoảng trống cho mục (3) trên Mẫu tính chi Phí Sản Phẩm.
3. Tính toán tỷ lệ giữa tổng chi phí cố định mỗi tháng và tổng chi phí biến đổi mỗi tháng, sau đó ghi kết quả vào khoảng trống cho mục (4) trên Mẫu tính chi phí sản phẩm.
4. Tính Chi phí cố định trên một sản phẩm và sau đó viết kết quả vào khoảng trống cho mục (5) trên mẫu Tính chi phí Sản phẩm.

### 1. Ước tính tổng chi phí cố định mỗi tháng

Tính ra doanh nghiệp của bạn có thể chi bao nhiêu cho mỗi mục chi phí cố định mỗi tháng. Hãy nhớ rằng bạn có thể thêm Chi phí Cố định cho các mục bạn sử dụng lại và tái chế, điều này giúp cho doanh nghiệp của bạn hiệu quả hơn.

#### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh: anh Xuân và chị Thu đã điền vào Mẫu tính chi phí cố định như sau:

MẪU TÍNH CHI PHÍ CỐ ĐỊNH	
1	2
Chi tiết	Chi phí hàng tháng (đ)
Thuê mặt bằng	40.000.000
Điện và nước (chi phí biến đổi). kể cả nước thải	12.000.000
Phí thẩm định quản lý môi trường	1.000.000
Thuế (phí) môn bài	1.000.000
Nhân công	70.400.000
Các vật liệu tiêu hao bao gồm tái chế và thải bỏ	20.000.000
Khấu hao	10.000.000
Vận chuyển	9.000.000
Bảo trì và sửa chữa	4.000.000
Các loại thảo mộc	3.000.000
Chi phí Marketing	2.280.000
<b>Tổng chi phí cố định hàng tháng</b>	<b>172.680.000</b>

Dưới đây là một số ghi chú để giúp bạn điền vào Mẫu tính chi phí Cố định.

- **Chi phí Biến đổi quá nhỏ thì được coi là Chi phí Cố định:** Trước tiên bạn nên ước tính tổng số tiền đầu vào mà doanh nghiệp cần mỗi tháng dựa trên ước tính sản lượng hoặc khối lượng bán hàng và sau đó nhân tổng số tiền đầu vào cần thiết mỗi tháng theo đơn giá.

Các loại thảo mộc là một chi phí cố định cho các cơ sở tái chế rác do khối lượng các loại thảo mộc cần thiết cho mỗi túi phân rất nhỏ, làm cho chi phí của các loại thảo mộc cho mỗi túi phân hữu cơ rất khó để tính toán. Dựa trên dự toán khối lượng bán hàng (xem phần Ước tính Bán hàng trong Phần IV: Kế hoạch tiếp thị, trang 38), anh Xuân và chị Thu ước tính số lượng các loại thảo mộc mà họ sẽ sử dụng mỗi tháng. Để tính ra chi phí của các loại thảo mộc mỗi tháng, họ nhân giá một kí lô với số lượng các loại thảo mộc cần thiết mỗi tháng.

- **Lương không thay đổi với khối lượng sản xuất:** Chi phí này được coi là cố định. Tại Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh, tiền lương của anh Xuân, trợ lý, lái xe, nhân viên bán hàng và nhân viên tiếp thị được ấn định bởi vì chúng không thay đổi theo sản lượng. Chị Xuân là người trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất nhưng mức lương của chị sẽ không thay đổi theo khối lượng sản xuất.

Để tính toán tiền lương cố định mỗi tháng, anh Xuân và chị Thu xem xét các Yêu cầu về Nhân viên và Chi phí của họ (xem Nhu cầu Nhân viên của Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh và Chi phí trong Phần V trang 43) và thêm tất cả lương cố định.

- Chi phí mà bạn không phải trả hàng tháng: Doanh nghiệp của bạn có thể có một số chi phí mà bạn không phải trả hàng tháng, ví dụ như bảo hiểm, giấy phép, dụng cụ và văn phòng phẩm. Đối với các chi phí này, chia chi phí theo số tháng mà chi phí được sử dụng.

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh trả phí 12.000.000đ mỗi năm cho Quản lý Môi trường. Vì vậy, họ tính toán rằng chi phí này mỗi tháng 1.000.000đ:

$$\frac{12.000.000}{12 \text{ tháng}} = 1.000.000\text{đ}$$

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh cũng trả 12.000.000đ/lần/năm cho thuế môn bài và họ tính ra chi phí hàng tháng cho loại này là 1.000.000đ.

Chi phí Marketing năm đầu tiên là 27.400.000đ. Do đó chi phí marketing hàng tháng là 2.280.000đ:

$$\frac{27.400.000}{12 \text{ tháng}} = 2.280.000\text{đ}$$

- **Khấu hao:** Khấu hao là sự giảm dần về giá trị của thiết bị kinh doanh của bạn, là một loại chi phí cho doanh nghiệp của bạn và thường được tính bằng cách chia đều cho thời gian sử dụng.

$$\frac{\text{Tổng chi phí thiết bị}}{\text{Số năm sử dụng dự kiến}} = \text{Chi phí khấu hao}$$



Xác định xem doanh nghiệp của bạn có thiết bị nào cần phải tính khấu hao. Nói chung, chỉ tính khấu hao cho thiết bị:

- Trị giá cao
- Sử dụng lâu dài

Để ước tính tuổi thọ của thiết bị, bạn có thể:

- Sử dụng kinh nghiệm của bản thân
- Hỏi công ty cung cấp hoặc xây dựng thiết bị
- Hỏi các doanh nghiệp khác sử dụng cùng loại thiết bị hoặc thiết bị tương tự dựa theo quy định hiện hành của nhà nước.

Nếu bạn có nhiều máy móc hoặc thiết bị, hãy cộng khấu hao mỗi tháng cho mỗi thiết bị để ra tổng số tiền bạn cần đưa vào Chi phí Cố định Hàng tháng của bạn.

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh có máy sấy trị giá 400.000.000đ và họ sẽ sử dụng nó trong 5 năm. Chi phí khấu hao mỗi năm là 80.000.000đ:

$$\frac{400.000.000}{5 \text{ năm}} = 80.000.000$$

Họ cũng tính toán chi phí khấu hao mỗi năm cho máy trộn là 40.000.000đ.

Để tính tổng chi phí khấu hao mỗi tháng cho doanh nghiệp của bạn, hãy chia tổng chi phí khấu hao hàng năm cho tất cả các thiết bị cho mười hai tháng. Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh có tổng chi phí khấu hao hàng tháng là 10.000.000đ:

$$\frac{(80.000.000+40.000.000)}{12} = 10.000.000$$

Anh Xuân và chị Thu hoàn thành mẫu chi phí khấu hao của họ như sau:

MẪU TÍNH CHI PHÍ KHẤU HAO			
Thiết bị	Chi phí mua ước tính	Tuổi thọ thiết bị ước tính	Khấu hao hàng năm
Máy gia nhiệt	400.000.000	5 năm	80.000.000
Máy trộn	200.000.000	5 năm	40.000.000
Tổng cộng	600.000.000		120.000.000
Khấu hao hàng tháng			10.000.000

Bây giờ, anh Xuân và chị Thu biết rằng Tổng tính chi phí cố định ước tính của họ mỗi tháng là 172.680.000đ. Họ viết số liệu này vào mục (2) trong phần 2 của Mẫu Chi phí Sản phẩm cho sản phẩm phân Siêu hữu cơ của họ.

## 2. Ước tính tổng chi phí biến đổi của doanh nghiệp mỗi tháng

Tổng chi phí biến đổi của doanh nghiệp là tất cả các chi phí biến đổi mà doanh nghiệp chi tiêu theo nhu cầu sản xuất hàng hoá hoặc dịch vụ khác nhau. Để tính tổng chi phí biến đổi mỗi tháng cho hàng hoá hoặc dịch vụ, hãy nhân chi phí biến đổi cho mỗi đơn vị hàng hóa với số lượng hàng hóa mà doanh nghiệp của bạn sẽ sản xuất trong một tháng.

Trong ước tính bán hàng, anh Xuân và chị Thu bán trung bình 2.000 túi phân Siêu hữu cơ và 2.400 túi phân hữu cơ mỗi tháng. Họ tính toán tổng chi phí biến đổi mỗi tháng như sau:

Sản phẩm	Số lượng sản xuất hàng tháng	Chi phí biến đổi trên 1 đơn vị sản phẩm	Tổng chi phí biến đổi hàng tháng
Phân siêu hữu cơ	2.000 túi	97.000	194.000.000
Phân hữu cơ	2.400 túi	152.000	364.800.000
<b>Tổng cộng</b>			<b>558.800.000</b>

Anh Xuân và chị Thu viết ra Tổng chi phí biến đổi hàng tháng của Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh vào mục (3) trong Mẫu tính chi phí sản phẩm.

## 3. Tính tỷ lệ giữa tổng chi phí cố định và tổng chi phí biến đổi mỗi tháng

Tổng Chi phí cố định mỗi tháng cho toàn bộ doanh nghiệp và phải được chia theo mỗi đơn vị hàng hoá hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp bạn sản xuất hoặc bán. Chi phí cố định cho một mặt hàng phụ thuộc vào Chi phí biến đổi của việc tạo ra mặt hàng đó. Do đó, để tính chi phí cố định cho một đơn vị hàng, trước tiên ta tính tỷ lệ chi phí cố định trên chi phí biến đổi cho toàn bộ doanh nghiệp.

Anh Xuân và chị Thu phải thêm một phần của tổng chi phí cố định là 172.680.000đ vào chi phí cho mỗi túi phân Siêu hữu cơ và mỗi túi phân hữu cơ. Họ chia tổng chi phí cố định là 172.680.000đ cho tổng chi phí biến đổi 558.800.000đ. Họ ghi kết quả (0.31) vào mục (4) trên mẫu Chi phí Sản phẩm.

## 4. Tính Chi phí cố định cho một sản phẩm

Khi chúng ta biết tỷ lệ chi phí cố định với chi phí biến đổi cho toàn bộ doanh nghiệp, chúng ta có thể dễ dàng tính được chi phí cố định trên mỗi đơn vị sản phẩm bằng cách nhân tỷ lệ đó với Chi phí biến đổi của mỗi đơn vị sản phẩm.

Anh Xuân và chị Thu nhân chi phí biến đổi 97.000đ của một túi phân Siêu hữu cơ với tỷ lệ chi phí cố định trên chi phí biến đổi. (0.31). Họ tính ra được Chi phí cố định cho mỗi túi là 30.000đ. Họ ghi số đó vào mục (5) trên Mẫu tính Chi Phí Sản Phẩm.

MẪU TÍNH CHI PHÍ SẢN PHẨM (Cho nhà sản xuất hay cung cấp dịch vụ)			Đơn vị tính: đồng
Sản phẩm: Phân siêu hữu cơ			
2. Chi phí cố định trên MỘT ĐƠN VỊ SP			
Tổng chi phí cố định ước tính mỗi tháng (2)	172.680.000		
Tổng chi phí biến đổi ước tính của doanh nghiệp mỗi tháng (3)	558.800.000		
Tỷ lệ chi phí cố định/ chi phí biến đổi (4) = (2)/(3)	0,31		
Chi phí cố định ước tính cho mỗi đơn vị sản phẩm (5) = (4) x (1)	<b>30.000</b>		

Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh Là một doanh nghiệp sản xuất nhiều sản phẩm. Đối với các công ty sản xuất sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ, Chi phí cố định cho đơn vị sản phẩm được tính đơn giản bằng cách chia tổng chi phí cố định mỗi tháng cho số sản phẩm sẽ được sản xuất mỗi tháng.

“

Mặc dù chi phí cố định hàng tháng của doanh nghiệp không đổi, Chi phí cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm sẽ khác nhau tùy theo khối lượng sản xuất hoặc số lượng dịch vụ được cung cấp. Bạn càng sản xuất nhiều thì Chi phí cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm càng thấp, vì vậy chi phí cho sản phẩm của bạn càng thấp



”

Bây giờ bạn đã ước tính được chi phí cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm, bạn đã hoàn thành bước 2 của tính chi phí.

### **BƯỚC 3: CỘNG LẠI ĐỂ CÓ TỔNG CHI PHÍ CHO MỖI ĐƠN VỊ SẢN PHẨM**

Sau khi hoàn thành các bước 1 và 2, bạn đã sẵn sàng tính ra tổng chi phí ước tính cho mỗi mặt hàng.

Anh Xuân và chị Thu đã hoàn thành các bước 1 và 2 để tính chi phí cho túi phân Siêu hữu cơ. Để làm bước 3, họ bổ sung các số liệu vào Mẫu tính Chi Phí Sản Phẩm:

<b>Bước 1</b>		<b>Bước 2</b>		<b>Bước 3</b>
<b>Ước tính</b>		<b>Ước tính</b>		<b>Cộng lại</b>
Chi phí biến đổi trên một đơn vị sản phẩm	+	Chi phí cố định trên một đơn vị sản phẩm	=	Tổng chi phí trên một đơn vị sản phẩm
97.000đ		30.000đ		127.000đ

Họ thực hiện theo ba bước tương tự để tính chi phí phân hữu cơ của họ. Họ sử dụng mẫu tính chi phí sản phẩm riêng cho phân hữu cơ.

**MẪU TÍNH CHI PHÍ SẢN PHẨM**  
(Cho nhà sản xuất hay cung cấp dịch vụ)

Sản phẩm Phân hữu cơ (túi 20 kg)

**1. Chi phí Biến đổi TRÊN MỘT ĐƠN VỊ SẢN PHẨM**

1	2	3	4
Đầu vào	Chi phí mua	Số lượng Ước tính trên 1 đơn vị sản phẩm	Chi phí Ước tính trên 1 đơn vị sản phẩm
Rau quả thải loại	1.000đ/kg	40 kg	40.000đ
Phân gà	20.000đ/kg	4 kg	80.000đ
Bao tận dụng	8.000đ/bao	1 bag	8.000đ
Nhân công	20.000đ/giờ	1,20 giờ	24.000đ
<b>Chi phí biến đổi ước tính trên 1 mặt hàng (1)</b>			<b>152.000đ</b>

**2. Chi phí Cố định CHO MỘT ĐƠN VỊ SẢN PHẨM**

Tổng chi phí cố định ước tính hàng tháng (2)	172.680.000
Tổng chi phí biến đổi ước tính hàng tháng của DN (3)	558.800.000
Chi phí cố định trên chi phí biến đổi (4) = (2)/(3)	0,31
<b>Chi phí cố định ước tính trên 1 mặt hàng (5) = (4) x (1)</b>	<b>47.000đ</b>

**3. TỔNG CHI PHÍ TRÊN 1 MẶT HÀNG (6) = (1) + (5)**

**199.000đ**

### 3. Tính chi phí đối với một nhà bán lẻ hoặc bán buôn

Nếu bạn là một nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp dịch vụ, hãy xem lại trang 64.

Các doanh nghiệp bán lẻ và bán buôn có thể thực hiện theo ba bước dưới đây để tính tổng chi phí của mỗi đơn vị sản phẩm.

**Bước 1**

Ước tính
Chi phí biến đổi trên một đơn vị sản phẩm
<b>97.000đ</b>

+

**Bước 2**

Ước tính
Chi phí cố định trên một đơn vị sản phẩm
<b>30.000đ</b>

=

**Bước 3**

Cộng lại
Tổng chi phí trên một đơn vị sản phẩm
<b>127.000đ</b>

Để minh họa cách tính chi phí của một doanh nghiệp bán lẻ, chúng tôi sử dụng ví dụ của *Túi vải Tâm Thanh*. Dưới đây là mẫu Chi phí Sản phẩm cho các doanh nghiệp bán lẻ và bán buôn. Bạn sẽ học từng bước điền vào mẫu.

MẪU TÍNH CHI PHÍ SẢN PHẨM  
(cho người bán lẻ hoặc bán buôn)

Tính tỷ lệ chi phí cố định/ chi phí biến đổi (%) (còn gọi là tỷ suất chi phí gián tiếp)

TỔNG Chi phí cố định HÀNG THÁNG (2)

=

x 100% =

%

TỔNG Chi phí biến đổi HÀNG THÁNG (3)

Tỷ lệ chi phí cố định/  
chi phí biến đổi (4)

	1	2	3
Sản phẩm	Chi phí biến đổi trên 1 đơn vị sản phẩm (1)	Chi phí cố định trên 1 đơn vị sản phẩm (5) = (1) x (4)	Tổng chi phí trên 1 đơn vị sản phẩm (6) = (1) + (5)

**BƯỚC 1: THU THẬP THÔNG TIN VỀ chi phí biến đổi TRÊN MỘT ĐƠN VỊ SẢN PHẨM**

Đối với doanh nghiệp bán lẻ hoặc bán buôn, Chi phí Biến đổi là chi phí mua hàng để bán lại. Mặc dù vận chuyển cũng là một Chi phí Biến đổi, nhưng nó là phần chi phí rất nhỏ cho mỗi mặt hàng nên rất khó tính toán và do đó được coi là Chi phí Cố định.

Chị Thanh, chủ của Túi Vải Tâm Thanh, yêu cầu các nhà cung cấp của mình tìm thông tin về Chi phí biến đổi cho mỗi mặt hàng cho các sản phẩm khác nhau mà cửa hàng của chị sẽ bán. Trên Mẫu tính Chi Phí Sản Phẩm, chị Thanh viết tên của sản phẩm. Trong cột 1, chị viết số tiền chị sẽ trả cho mỗi chiếc túi.

**MẪU TÍNH CHI PHÍ SẢN PHẨM**  
(cho người bán lẻ hoặc bán buôn)

Tính tỷ lệ chi phí cố định/ chi phí biến đổi (%)

$$\frac{\text{TỔNG Chi phí cố định HÀNG THÁNG (2)}}{\text{TỔNG Chi phí biến đổi HÀNG THÁNG (3)}} = \frac{\quad}{\quad} \times 100\% = \boxed{\quad} \%$$

Tỷ lệ chi phí cố định/  
chi phí biến đổi (4)

	1	2	3
Sản phẩm	Chi phí biến đổi trên 1 đơn vị sản phẩm (1)	Chi phí cố định trên 1 đơn vị sản phẩm (5) = (1) x (4)	Tổng chi phí trên 1 đơn vị sản phẩm (6) = (1) + (5)
Túi mua sắm	100.000đ		
Túi giặt	140.000đ		
Túi đựng chất thải xanh	140.000đ		

## BƯỚC 2: ƯỚC TÍNH chi phí cố định TRÊN SẢN PHẨM

Đối với các doanh nghiệp bán lẻ và người bán buôn, Chi phí cố định thường là tất cả các chi phí khác cần thiết để điều hành doanh nghiệp của bạn, ngoại trừ chi phí mua hàng để bán lại. Để ước tính chi phí cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm của bạn, hãy thực hiện theo bốn bước sau:

1. Tính tổng chi phí cố định mỗi tháng. Viết kết quả tính toán của bạn vào mục (2) trên mẫu tính Chi phí sản phẩm.
2. Tính tổng chi phí biến đổi mỗi tháng trong doanh nghiệp của bạn. Ghi lại số tiền vào mục (3) trên Mẫu tính Chi Phí Sản Phẩm.
3. Tính tỷ lệ giữa tổng chi phí cố định và tổng chi phí biến đổi mỗi tháng. Ghi số tiền vào mục (4) trên mẫu tính Chi phí sản phẩm.
4. Tính Chi phí cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm và ghi số tiền vào mục (5) trên mẫu tính Chi phí Sản phẩm.

### 1. Tính tổng chi phí cố định mỗi tháng

Dưới đây là một số ghi chú để giúp bạn điền vào mẫu Chi phí Cố định cho doanh nghiệp của bạn.

- **Chi phí lao động:** Tất cả tiền lương, tiền công và trợ cấp cho người lao động và chủ doanh nghiệp bán lẻ và bán buôn là Chi phí cố định.
- **Chi phí bạn không phải trả hàng tháng:** Doanh nghiệp của bạn có thể có một số chi phí mà bạn không phải trả hàng tháng, ví dụ như bảo hiểm, giấy phép, dụng cụ và văn phòng phẩm. Đối với những chi phí này, chia chi phí theo số tháng mục đó được sử dụng.
- **Khấu hao:** Xem tính khấu hao ở các trang 69-70.

Dưới đây là ví dụ về cách Chị Thanh sẽ điền vào Biểu mẫu tính Chi phí Cố định của mình.

TÚI VÀI TÂM THANH	
MẪU TÍNH CHI PHÍ CỐ ĐỊNH	
1	2
Chi tiết	Chi phí hàng tháng (VNĐ)
Thuê văn phòng	40.000.000
Điện. nước. kể cả nước thải	2.000.000
Bảo hiểm 12.000.000đ/ năm	1.000.000
Vận chuyển	2.000.000
Nhân công	19.800.000
Khấu hao	2.840.000
Các khoản khác. kể cả tái chế và thải bỏ	400.000
Chi phí Marketing 12.000.000đ/ năm	1.000.000
<b>Tổng Chi phí Cố định một tháng</b>	<b>69.040.000</b>

Bây giờ, Chị Thanh biết rằng tổng chi phí cố định ước tính mỗi tháng là 69.040.000đ. Chị viết con số này vào mục (2) trên Mẫu Chi Phí Sản Phẩm.

2. Tính tổng chi phí biến đổi hàng tháng

Tổng chi phí biến đổi hàng tháng là chi phí kinh doanh của bạn hàng tháng khi mua hàng để bán lại. Để ước tính tổng chi phí biến hàng tháng, bạn sẽ cần phải sử dụng ước tính doanh thu hàng tháng của mình.

Sử dụng ước tính doanh thu của công ty Túi vải Tâm Thanh (xem phần Ước tính Bán hàng trong Phần IV. trang 38), chị Thanh tính doanh số bán hàng trung bình hàng tháng của mỗi sản phẩm, sau đó điền vào Mẫu mua hàng hàng tháng và tính tổng chi phí biến đổi như sau:

MẪU MUA HÀNG HÀNG THÁNG			
			Đơn vị: đồng
Sản phẩm	Ước tính số lượng hàng bán ra hàng tháng	Chi phí biến đổi/ mặt hàng	Tổng chi phí biến đổi hàng tháng
Túi mua sắm	333	100.000	33.000.000
Túi giặt	667	140.000	93.380.000
Túi đựng chất thải vườn xanh	1.000	140.000	140.000.000
Túi lưu trữ rau quả	1.667	24.000	40.000.000
<b>Tổng chi phí biến đổi hàng tháng</b>			<b>306.680.000</b>

Chị Thanh viết tổng chi phí biến đổi hàng tháng của Túi vải Tâm Thanh là 306.680.000đ vào mục (3) trên mẫu Chi phí sản phẩm.

3. Tính tỷ lệ giữa tổng chi phí cố định và tổng chi phí biến đổi

Tỷ lệ chi phí cố định  
và chi phí biến đổi

=

Tổng chi phí cố định hàng tháng

Tổng chi phí biến đổi hàng tháng

x

100%

Dưới đây là ví dụ Chị Thanh tính tỷ lệ chi phí cố định và chi phí biến đổi:

69.040.000

306.680.000

x

100%

=

22.5%

Nghĩa là chị Thanh phải thêm 22.5% vào Chi phí biến đổi của từng đơn vị sản phẩm để tìm ra tổng chi phí.

4. Tính Chi phí cố định trên mặt hàng

Chi phí cố định trên mặt hàng = Chi phí biến đổi trên mặt hàng x Tỷ lệ chi phí cố định& chi phí biến đổi

Dưới đây là ví dụ chị Thanh tính số chi phí cộng thêm vào cho mỗi đơn vị sản phẩm (túi mua sắm):

100.000đ

Chi phí biến đổi trên  
đơn vị sản phẩm

x

22,5%

Tỷ lệ chi phí cố định

=

22.500đ

Chi phí cố định trên  
đơn vị sản phẩm

Chi phí cố định cho một túi mua sắm là 22.500đ. Bây giờ chị Thanh biết rằng chị phải thêm 22.500đ cho chi phí của mỗi túi mua hàng mà Túi vải Tâm Thanh bán.

Chị Thanh sử dụng tỷ lệ Chi phí cố định 22,5% để tính toán số tiền được thêm vào mỗi sản phẩm trong cột 2 của mẫu tính Chi phí Sản phẩm.

BƯỚC 3: TÍNH TỔNG CHI PHÍ TRÊN MỘT ĐƠN VỊ SẢN PHẨM

Để có được tổng chi phí cho mỗi đơn vị sản phẩm, bạn cộng Chi phí Biến đổi và Chi phí Cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm. Chị Thanh bây giờ có tất cả các thông tin chị cần để tính tổng chi phí của một túi mua sắm.

Bước 1

Thu thập thông tin

Chi phí biến đổi  
trên 1 sản phẩm

100.000đ

+

Bước 2

Tính

Chi phí cố định  
trên 1 sản phẩm

22.500đ

=

Bước 3

Cộng lại

Tổng chi phí  
trên 1 đơn vị

122.500đ



Trên mẫu tính chi phí sản phẩm, bạn có thể thấy tổng chi phí của một túi mua sắm và các sản phẩm khác được tính cho Túi vải Tâm Thanh:

MẪU TÍNH CHI PHÍ SẢN PHẨM (Cho nhà bán buôn hoặc bán lẻ)			
TỶ LỆ chi phí cố định(%)			
TỔNG chi phí cố định/ chi phí biến đổi			
HÀNG THÁNG (2)			
TỔNG chi phí biến đổi			
HÀNG THÁNG (3)			
$\frac{69.040.000}{306.680.000} \times 100\% = 22,5\%$			
TỶ LỆ chi phí cố định/ chi phí biến đổi (4)			
	1	2	3
Sản phẩm	Chi phí biến đổi trên 1 đơn vị sản phẩm (1)	Chi phí cố định trên 1 đơn vị sản phẩm (5) = (1) x (4)	Tổng chi phí trên 1 đơn vị sản phẩm (6) = (1) + (5)
Túi mua sắm	100.000đ	100.000 x 22,5% = 22.400	122.400đ
Túi giặt	140.000đ	140.000 x 22,5% = 31.400	171.400đ
Túi đựng chất thải xanh	140.000đ	140.000 x 22,5% = 31.400	171.400đ
Túi dự trữ rau quả	24.000đ	24.000 x 22,5% = 5.400	29.400đ

Khi bạn biết tổng chi phí của mình, hãy tham khảo Mẫu Định Giá trong Kế hoạch Marketing của tài liệu mẫu Kế hoạch kinh doanh của bạn. Giá bán cho hàng hoá hay dịch vụ của bạn phải được dựa trên tất cả những điều sau:

- **Tổng chi phí cho một đơn vị hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn:** Nếu tổng chi phí của bạn vượt quá mức giá mà khách hàng sẵn sàng trả, hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn không có khả năng sinh lời.
- **Mức giá khách hàng sẵn sàng trả tiền:** Số tiền khách hàng sẵn sàng trả cho hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn cũng phụ thuộc vào cách bạn bán hàng cho họ.
- **Giá của đối thủ cạnh tranh của bạn:** Bạn sẽ không thể tính mức giá cao hơn đối thủ cạnh tranh của bạn cho các sản phẩm giống nhau, ngay cả khi khách hàng có thể trả nhiều hơn.



## BÀI TẬP 25

Nếu bạn dự định bắt đầu sản xuất hoặc kinh doanh dịch vụ, điền vào phần 6.1: "Biểu mẫu tính chi phí sản phẩm", mục 6.3: "Biểu mẫu tính chi phí cố định", mục 6.4: "Biểu mẫu khấu hao" và mục 6.5: "Tổng chi phí biến đổi mỗi tháng" trong tài liệu Kế hoạch Kinh doanh.

Nếu bạn có kế hoạch bắt đầu kinh doanh bán lẻ hoặc bán buôn, hãy điền vào phần 6.2: "Biểu mẫu tính chi phí sản phẩm", mục 6.3: "Biểu mẫu tính chi phí cố định" và mục 6.6: "Biểu mẫu mua hàng tháng" trong tài liệu Kế hoạch kinh doanh của bạn. Khi bạn đã tính chi phí cho hàng hoá hoặc dịch vụ của bạn, hãy trở lại Kế hoạch marketing và hoàn thành phần "Định Giá bán".



Trong Phần IX, bạn đã học được:

- Chi phí là số tiền doanh nghiệp của bạn phải chi tiêu để sản xuất và bán sản phẩm hay dịch vụ của mình
- Tính chi phí là cách bạn tính toán tổng chi phí sản xuất hay bán sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ. Tính chi phí giúp doanh nghiệp:
  - Định giá bán
  - Giảm giá và kiểm soát giá
  - Ra quyết định tốt hơn về định hướng kinh doanh
  - Lập kế hoạch cho tương lai
- Chi phí kinh doanh có thể được phân loại như sau:
  - Chi phí cố định là những khoản sẽ không thay đổi ngay cả khi khối lượng sản xuất, khối lượng bán hàng hoặc số lượng dịch vụ cung cấp thay đổi.
  - Chi phí biến đổi là những khoản biến động với khối lượng sản xuất, khối lượng bán hàng hoặc số lượng dịch vụ cung cấp.
- Đối với các nhà sản xuất và cung cấp dịch vụ, chi phí cho một hàng hóa hoặc dịch vụ theo ba bước:

**Bước 1**

Thu thập thông tin

Chi phí biến đổi  
trên 1 sản phẩm

+

**Bước 2**

Tính

Chi phí cố định  
trên 1 sản phẩm

=

**Bước 3**

Cộng lại

Tổng chi phí  
trên 1 đơn vị

- Đối với doanh nghiệp bán buôn hoặc bán lẻ, Chi phí Biến đổi là chi phí mua hàng để bán lại. Do đó, để tính Chi phí Biến đổi ở bước 1, bạn chỉ cần nhận thông tin về giá sản phẩm từ nhà cung cấp:

**Bước 1**

Thu thập thông tin

Chi phí biến đổi  
trên 1 sản phẩm

+

**Bước 2**

Tính

Chi phí cố định  
trên 1 sản phẩm

=

**Bước 3**

Cộng lại

Tổng chi phí  
trên 1 đơn vị



# LẬP KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

Thông thường trong vài tháng đầu tiên sau khi một doanh nghiệp bắt đầu hoạt động, doanh nghiệp rất khó có thể thu hồi chi phí hoặc kiếm lợi nhuận. Thường doanh nghiệp sẽ mất một thời gian trước khi thu được tiền bán hàng. Trong thời gian này, doanh nghiệp của bạn rất dễ bị ảnh hưởng và bạn phải chú ý đến tình hình tài chính.

Khi bạn bắt đầu kinh doanh, hai điều sau đây là rất quan trọng:

- Không được để hết tiền (làm chủ được dòng tiền)
- Hãy chắc chắn rằng doanh nghiệp của bạn cuối cùng sẽ có lợi nhuận

## 1. Lập kế hoạch tài chính là gì?

Thực hiện theo bốn bước sau để lập kế hoạch và giám sát tình hình tài chính của doanh nghiệp:

1. Lập kế hoạch lợi nhuận
2. Lập kế hoạch lưu chuyển tiền tệ
3. So sánh ghi chép tài chính với cả bản kế hoạch lợi nhuận và lưu chuyển tiền tệ hàng tháng
4. Hãy hành động nếu bất cứ điều gì không theo kế hoạch

## 2. Lập kế hoạch lợi nhuận

DOANH THU	-	CHI PHÍ	=	LỢI NHUẬN
-----------	---	---------	---	-----------

Lợi nhuận là số tiền còn lại sau khi bạn lấy tổng doanh thu trừ đi tất cả các chi phí kinh doanh. Vì vậy, trước khi lập Kế hoạch Lợi nhuận, bạn phải lập Kế hoạch doanh thu và Kế hoạch chi phí cho doanh nghiệp của mình.

### 2.1 Kế hoạch doanh thu

Kế hoạch doanh thu cho thấy doanh thu mà doanh nghiệp của bạn có thể có trong mỗi tháng.

Khi lên kế hoạch marketing (xem Phần IV), bạn đã ước tính mức giá mà bạn sẽ áp cho hàng hóa hay dịch vụ của mình và khối lượng bán hàng hóa hay dịch vụ của bạn mỗi tháng. Bây giờ bạn nên sử dụng thông tin đó để lập kế hoạch bán hàng.

## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Anh Xuân lập kế hoạch doanh thu của Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh như sau:

Công ty Phân hữu cơ Lá xanh bắt đầu kinh doanh vào tháng Tư, nhưng sẽ mất hai tháng để thiết lập nhà máy trước khi sẵn sàng sản xuất sản phẩm để bán cho khách hàng. Công ty sẽ bắt đầu bán sản phẩm vào tháng 6. Do đó, anh Xuân quyết định lập kế hoạch từ tháng 6 đến tháng 12. Giá bán và khối lượng bán hàng của mỗi sản phẩm được lấy từ Kế hoạch Marketing. Anh tính ra doanh số bán hàng của mỗi sản phẩm trong một tháng bằng cách nhân giá bán với khối lượng hàng bán trong tháng đó. Sau đó, anh cộng giá trị bán ra của hai sản phẩm để có được tổng doanh thu của doanh nghiệp.

KẾ HOẠCH DOANH THU									
	Chi tiết	Th 6	Th 7	Th 8	Th 9	Th 10	Th 11	Th 12	Tổng
Siêu hữu cơ Trực tiếp	Giá bán (VND)	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	
	Số lượng sản phẩm bán	480	720	800	1.000	1.200	1.400	1.400	7.000
	<b>Doanh số (VND) (1)</b>	72.000.000	108.000.000	120.000.000	150.000.000	180.000.000	210.000.000	210.000.000	1.050.000.000
Siêu hữu cơ Bán lẻ	Giá bán (VND)	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	
	Số lượng sản phẩm bán	1.600	2.000	400	600	680	800	920	7.000
	<b>Doanh số (VND) (2)</b>	216.000.000	270.000.000	54.000.000	81.000.000	91.800.000	108.000.000	124.200.000	945.000.000
Hữu cơ TIẾP	Giá bán (VND)	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	
	Số lượng sản phẩm bán	600	800	1.000	1.200	1.400	1.600	1.800	8.400
	<b>Doanh số (VND) (3)</b>	138.000.000	184.000.000	230.000.000	276.000.000	322.000.000	368.000.000	414.000.000	1.932.000.000
Hữu cơ-Bán lẻ	Giá bán (VND)	207.000	207.000	207.000	207.000	207.000	207.000	207.000	
	Số lượng sản phẩm bán	2.000	2.400	400	600	800	1.000	1.200	8.400
	<b>Doanh số (VND) (4)</b>	414.000.000	496.800.000	82.800.000	124.200.000	165.600.000	207.000.000	248.400.000	1.738.800.000
	<b>Tổng doanh thu (VND) (5) =(1) + (2) + (3) + (4)</b>	840.000.000	1.058.800.000	486.800.000	631.200.000	759.400.000	893.000.000	996.600.000	5.665.800.000

## 2.2 Lập kế hoạch chi phí

Kế hoạch Chi phí cho thấy chi phí mà doanh nghiệp của bạn phát sinh trong mỗi tháng. Để thực hiện một kế hoạch như vậy bạn cần Chi phí biến đổi cho mỗi đơn vị sản phẩm và tổng chi phí cố định mỗi tháng của doanh nghiệp. Ngoài ra, bạn cũng cần biết số lượng hàng hóa hay dịch vụ mà doanh nghiệp của bạn sẽ sản xuất hoặc cung cấp mỗi tháng. Thông tin này có thể tham khảo ở bản Kế hoạch doanh thu.

“

Số lượng sản phẩm sản xuất có thể bằng số lượng sản phẩm bán được ước tính nếu bạn cung cấp dịch vụ hoặc nếu doanh nghiệp của bạn không có hàng tồn kho. Nhưng bạn có thể có lý do, chẳng hạn tăng hiệu quả về chi phí, để làm cho số lượng sản phẩm sản xuất được khác với Số lượng sản phẩm bán được



”

### CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Anh Xuân quyết định sản xuất số lượng sản phẩm mà anh có thể bán, do đó số lượng sản xuất sẽ giống như số lượng bán hàng. Anh Xuân điền vào ô "số lượng sản xuất" trong Kế hoạch chi phí của mình.

Anh Xuân sau đó đã xem xét chi phí của mình và tìm thấy các thông tin sau:

- Chi phí biến đổi cho một túi phân siêu hữu cơ là 97.000đ.
- Chi phí biến đổi cho một túi phân hữu cơ là 152.000đ.
- Tổng chi phí cố định của doanh nghiệp mỗi tháng là 172.680.000đ.

Kế hoạch chi phí của Công ty Phân hữu cơ Lá xanh được trình bày dưới đây

KẾ HOẠCH CHI PHÍ									
									Đơn vị: 1.000đ
	Chi tiết	Th 6	Th 7	Th 8	Th 9	Th 10	Th 11	Th 12	TỔNG
Siêu hữu cơ	Số lượng sản phẩm (1)	2.080	2.720	1.200	1.600	1.880	2.200	2.320	14.000
	Chi phí biến đổi trên 1 sản phẩm (2)	97	97	97	97	97	97	97	
	<b>Tổng chi phí biến đổi (3) = (1) * (2)</b>	<b>201.760</b>	<b>263.840</b>	<b>116.400</b>	<b>155.200</b>	<b>182.360</b>	<b>213.400</b>	<b>225.040</b>	<b>1.358.000</b>
Hữu cơ	Số lượng sản phẩm (4)	2.600	3.200	1.400	1.800	2.200	2.600	3.000	16.800
	Chi phí biến đổi trên mặt hàng (5)	152	152	152	152	152	152	152	
	<b>Tổng chi phí biến đổi (6) = (4) * (5)</b>	<b>395.200</b>	<b>486.400</b>	<b>212.800</b>	<b>273.600</b>	<b>334.400</b>	<b>395.200</b>	<b>456.000</b>	<b>2.553.600</b>
TỔNG	<b>Tổng chi phí biến đổi của DN (7) = (3) + (6)</b>	<b>596.960</b>	<b>750.240</b>	<b>329.200</b>	<b>428.800</b>	<b>516.760</b>	<b>608.600</b>	<b>681.040</b>	<b>3.911.600</b>
	<b>Tổng chi phí cố định (8)</b>	<b>172.680</b>	<b>172.680</b>	<b>172.680</b>	<b>172.680</b>	<b>172.680</b>	<b>172.680</b>	<b>172.680</b>	<b>1.208.760</b>
	<b>Tổng chi phí (9) = (7) + (8)</b>	<b>769.640</b>	<b>922.920</b>	<b>501.880</b>	<b>601.480</b>	<b>689.440</b>	<b>781.280</b>	<b>853.720</b>	<b>5.120.360</b>

2.3 Lập kế hoạch lợi nhuận

Kế hoạch Lợi nhuận cho thấy lợi nhuận mà doanh nghiệp của bạn có thể có trong mỗi tháng. Hãy theo các bước sau:

- 1. Lấy thông tin từ kế hoạch doanh thu và kế hoạch chi phí
- 2. Đưa thông tin vào mẫu Kế hoạch lợi nhuận
- 3. Thực hiện các phép tính trên mẫu Kế hoạch lợi nhuận để tìm kiếm lợi nhuận gộp và lợi nhuận ròng cho doanh nghiệp của bạn trong năm đầu tiên

Kế hoạch phải chứng minh rằng doanh nghiệp của bạn cần kiếm lợi nhuận đủ để bù đắp sự cố có thể xảy ra. Ví dụ:

- Doanh thu của bạn có thể thấp hơn bạn mong đợi
- Một thiết bị có thể bị hỏng

## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH

Dưới đây là Kế Hoạch Lợi nhuận hoàn chỉnh mà anh Xuân đã làm cho Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh.

KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN								
(đơn vị: 1.000VND)								
Chi tiết	Th 6	Th 7	Th 8	Th 9	Th 10	Th 11	Th 12	Tổng
Tổng doanh thu (1)	840.000	1.085.800	491.200	631.200	759.400	893.000	996.600	<b>5.665.800</b>
Tổng chi phí biến đổi (2)	589.680	750.240	329.200	428.800	516.760	608.600	681.040	<b>3.911.600</b>
Lợi nhuận gộp (3) = (1) - (2)	250.320	335.560	162.000	202.400	242.640	284.000	315.560	<b>1.754.200</b>
Tổng chi phí cố định (4)	172.680	172.680	172.680	172.680	172.680	172.680	172.680	<b>1.208.760</b>
Lợi nhuận ròng (5) = (3) - (4)			(10.680)					

Lợi nhuận ròng là âm trong tháng 8. Điều này được thể hiện bằng cách viết các con số trong ngoặc đơn, có nghĩa là Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh sẽ lỗ trong tháng này. Do doanh thu thấp trong tháng 8 nên lợi nhuận gộp sẽ không bù đắp được Chi phí Cố định.

## TÚI VÀI TÂM THANH

Chị Thanh cũng làm theo các bước tương tự và lập ra kế hoạch lợi nhuận cho Túi vải Tâm Thanh trong 6 tháng đầu như sau:

KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN – 6 tháng đầu tiên							
(đơn vị: 1.000VND)							
Chi tiết	Th 1	Th 2	Th 3	Th 4	Th 5	Th 6	Tổng
Tổng doanh thu (1)	130.000	260.000	390.000	520.000	650.000	650.000	2.600.000
Tổng chi phí biến đổi (2)	92.000	184.000	276.000	368.000	460.000	460.000	1.840.000
Lợi nhuận gộp (3) = (1) - (2)	38.000	76.000	114.000	152.000	190.000	190.000	760.000
Tổng chi phí cố định (4)	69.040	69.040	69.040	69.040	69.040	69.040	414.240
Lợi nhuận ròng (5) = (3) - (4)	(31.040)	6.960	44.960	82.960	120.960	120.960	345.760





## BÀI TẬP 26

Bây giờ hãy làm theo các bước tương tự để lập kế hoạch doanh thu, kế hoạch chi phí và kế hoạch lợi nhuận cho năm đầu tiên kinh doanh của bạn trong phần 7.1, 7.2 và 7.3 trong mẫu Kế hoạch kinh doanh.

### 3. Lập kế hoạch lưu chuyển tiền tệ

Kế hoạch lưu chuyển tiền tệ là dự kiến về số tiền mà bạn mong muốn luân chuyển ra và vào doanh nghiệp của bạn hàng tháng. Kế hoạch Lưu chuyển tiền tệ giúp bạn đảm bảo rằng doanh nghiệp của bạn không bị hết tiền vào bất kỳ lúc nào.

Có nhiều lý do khiến doanh nghiệp của bạn không còn tiền nữa. Ví dụ:

- Bạn phải xây dựng nhà máy hoặc mua thiết bị và nguyên liệu thô trước khi bán hàng. Điều này có nghĩa là phải chi tiền ra trước khi thu tiền về.
- Nếu bạn cho khách hàng trả chậm, bạn sẽ không thu được tiền ngay.

#### TÚI VAI TÂM THANH

Chị Thanh xây dựng Kế hoạch lưu chuyển tiền tệ trong 6 tháng đầu.

KẾ HOẠCH LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ							
(Đơn vị: 1.000VND)							
CASH IN	Tháng	Th 1	Th 2	Th 3	Th 4	Th 5	Th 6
	1. Dư đầu tháng (kỳ)	300.000	59.800	163.600	305.400	485.200	703.000
	2. Doanh thu bán hàng bằng tiền	130.000	260.000	390.000	520.000	650.000	650.000
	3. Tiền mặt từ bán hàng trả chậm						
	4. Thu tiền khác						
	5. Tổng thu	130.000	260.000	390.000	520.000	650.000	650.000
CASH OUT	6. Mua hàng		92.000	184.000	276.000	368.000	460.000
	7. Trả lương	19.800	19.800	19.800	19.800	19.800	19.800
	8. Mua thiết bị	166.000					
	9. Trả nợ						
	10. Các khoản thanh toán khác	184.400	44.400	44.400	44.400	44.400	44.400
	11. Tổng chi	370.200	156.200	248.200	340.200	432.200	524.200
	12. Dư cuối tháng (kỳ)	59.800	163.600	305.400	485.200	703.000	828.800

Để lập Kế Hoạch lưu chuyển tiền tệ của bạn, hãy làm theo 12 bước trong bảng trên. Bước 2-5 dành cho Thu Tiền. Bước 6-11 dành cho Chi Tiền. Nhìn vào từng bước cho tháng Giêng.

**Bước 1 - Dư đầu tháng (kỳ):** Đây là số tiền mặt mà chị Thanh có được, cộng với số tiền mà chị dự kiến có trong tài khoản ngân hàng của mình khi bắt đầu.

**Bước 2 – Tiền từ bán hàng thu tiền tệ:** Đây là tiền bán hàng mà chị Thanh sẽ nhận được từ khách hàng trong tháng Giêng. Hãy xem Kế hoạch doanh thu của Túi vải Tâm Thanh để xem dự kiến doanh thu tiền tháng Giêng.

**Bước 3 – Tiền từ bán hàng trả chậm:** Đây là số tiền mà doanh nghiệp có thể mong đợi nhận được từ khách hàng trả chậm trong tháng. Chị Thanh để phần này trống bởi vì chị sẽ không bán trả chậm.

**Bước 4 – Thu tiền khác:** Đây là số tiền mà chị Thanh dự đoán sẽ nhận được từ các nguồn khác, chẳng hạn như khoản vay.

**Bước 5 – Tổng thu tiền:** chị Thanh cộng tổng các con số từ bước 2 - 4.

**Bước 6 – Mua hàng:** chị Thanh trả tiền cho nhà cung cấp của cô vào ngày đầu tiên của tháng tiếp theo, vì vậy chị sẽ trả cho hàng hoá mua vào tháng Giêng trong tháng Hai. Chị sẽ viết số tiền trả cho mua hàng tháng một vào cột tháng Hai.

**Bước 7 – Trả lương:** chị Thanh lấy số tiền này từ Kế hoạch chi phí và các yêu cầu nhân công.

**Bước 8 – Mua thiết bị:** Nội thất và các phụ tùng khác cần mua cho Túi Vải Tâm Thanh trong tháng một. Chị Thanh viết số tiền chị sẽ trả ở đây. Chị tìm thấy số tiền trong Mẫu tính Chi phí Cố định của chị.

**Bước 9 – Trả nợ:** Chị Thanh vay tiền từ bạn bè của chị và chị có kế hoạch hoàn trả khoản vay từ tháng bảy.

**Bước 10 – Các khoản thanh toán khác:** Vào tháng 1, bên cạnh khoản thanh toán hàng tháng là 44.400.000đ (tiền thuê, điện và nước, đi lại, các khoản khác), chị Thanh sẽ phải ký quỹ hai tháng tiền thuê cho công ty Bất động sản với tổng số tiền 80.000.000đ. Chị cũng ghi lại các chi phí khác của mình là 40.000.000đ để trang trí cửa hàng, 12.000.000đ cho bảo hiểm và 12.000.000đ cho chi phí tiếp thị ở đây. Tính toán như sau:  $184.400.000đ = 44.400.000đ + 80.000.000đ + 40.000.000đ + 12.000.000đ + 12.000.000đ$ .

**Bước 11 – Tổng chi:** Cộng tất cả số tiền chi ở các bước từ sáu đến mười. Đây là tổng số tiền được thanh toán bởi Túi vải Tâm Thanh trong tháng Giêng.

**Bước 12 - Dư cuối tháng:**

$$\text{Dư cuối tháng} = \text{Dư đầu tháng} + \text{Tổng thu} - \text{Tổng chi}$$

Anh Xuân và chi Thu xây dựng kế hoạch lưu chuyển tiền tệ cho năm đầu tiên. Họ bắt đầu vào tháng Tư nên kế hoạch lưu chuyển tiền tệ của họ như sau:

KẾ HOẠCH LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ											
đơn vị: 1.000đ											
Tháng		Th 4	Th 5	Th 6	Th 7	Th 8	Th 9	Th 10	Th 11	Th 12	
THU	1.Dư đầu tháng	944.000	121.600	(800)	82.840	218.600	217.800	257.800	342.040	464.040	
	2.Tiền thu từ bán hàng			840.000	1.058.800	486.800	631.200	759.400	893.000	996.600	
	3.Tiền thu từ bán hàng trả chậm										
	4.Thu tiền khác										
	5. Tổng thu	0	0	840.000	1.058.800	486.800	631.200	759.400	893.000	996.600	
CHI	6. Mua hàng			596.960	750.240	329.200	428.800	516.760	608.600	681.040	
	7.Trả lương	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	
	8.Mua thiết bị	600.000									
	9.Trả nợ										
	10.Chi tiền khác	152.000	52.000	89.000	102.400	88.000	92.000	88.000	92.000	88.000	
	11. Tổng chi	822.400	122.400	756.360	923.040	487.600	591.200	675.160	771.000	839.440	
	12.Dư cuối tháng	121.600	(800)	82.840	218.600	217.800	275.800	342.040	464.040	621.200	

Kế hoạch lưu chuyển tiền tệ cho thấy rằng vào cuối tháng 5 Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh sẽ có số dư tiền âm (thiếu tiền). Điều này có nghĩa là doanh nghiệp sẽ hết tiền. Lượng tiền sẽ rất thấp trong những tháng khác. Hoạt động của doanh nghiệp mới sẽ không an toàn với lượng tiền thấp như vậy.

Anh Xuân đang nghĩ đến việc vay bạn bè 60.000.000 đ trong tháng Năm và trả dần khoản tiền đó từ tháng Sáu. Nếu anh có thể làm được điều đó, thì Kế hoạch Lưu chuyển tiền tệ của Công ty Phân hữu cơ Lá Xanh sẽ như sau:

KẾ HOẠCH LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ											
đơn vị: 1.000đ											
	Tháng	Th 4	Th 5	Th 6	Th 7	Th 8	Th 9	Th 10	Th 11	Th 12	
THU	1.Dư đầu tháng	944.000	121.600	59.200	142.840	278.600	277.800	317.800	402.040	524.040	
	2.Tiền thu từ bán hàng			840.000	1.058.800	486.800	631.200	759.400	893.000	996.600	
	3.Tiền thu từ bán hàng trả chậm										
	4.Thu tiền khác		60.000								
	5. Tổng thu	0	60.000	840.000	1.058.800	486.800	631.200	759.400	893.000	996.600	
CHI	6. Mua hàng			596.960	750.240	329.200	428.800	516.760	608.600	681.040	
	7.Trà lương	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	70.400	
	8.Mua thiết bị	600.000									
	9.Trả nợ										
	10.Chi tiền khác	152.000	52.000	89.000	102.400	88.000	92.000	88.000	92.000	88.000	
	11. Tổng chi	822.400	122.400	756.360	923.040	487.600	591.200	675.160	771.000	839.440	
	12.Dư cuối tháng	121.600	59.200	142.840	278.600	277.800	317.800	402.040	524.040	681.200	



## BÀI TẬP 27

Bây giờ làm theo các bước tương tự để điền vào phần 7.4: “Kế hoạch lưu chuyển tiền tệ” trong tài liệu Kế hoạch kinh doanh của bạn.



## TÓM TẮT

Trong Phần X bạn đã học được:

- Khi bạn bắt đầu kinh doanh, bạn nên đảm bảo rằng bạn có đủ tiền để bạn không bị hết tiền tệ trước khi doanh nghiệp bắt đầu tạo ra thu nhập. Đó là lý do bạn phải lên kế hoạch trước để doanh nghiệp của bạn không chỉ kiếm được lợi nhuận mà còn có đủ tiền để hoạt động.
- Trong vài tháng đầu, công việc kinh doanh mới của bạn rất dễ bị tổn thương, vì vậy bạn phải chuẩn bị tài chính đúng cách. Để lên kế hoạch và giám sát tình hình tài chính trong kinh doanh của bạn, bạn nên:
  - Lập kế hoạch lợi nhuận
  - Lập kế hoạch lưu chuyển tiền tệ
  - So sánh thực tế kinh doanh với cả hai kế hoạch mỗi tháng sau khi doanh nghiệp đã bắt đầu
  - Hãy hành động nếu có điều gì không theo kế hoạch
- Lợi nhuận là số tiền còn lại sau khi bạn đã trừ đi tất cả các chi phí kinh doanh của bạn từ tổng doanh thu. Vì vậy, trước khi lập Kế hoạch Lợi nhuận, bạn phải lập Kế hoạch doanh thu và Kế hoạch chi phí cho doanh nghiệp của mình.
- Kế hoạch lưu chuyển tiền tệ là một dự kiến cho thấy bạn có bao nhiêu tiền kỳ vọng thu được từ hoạt động kinh doanh và số tiền mà bạn dự tính chi ra cho hoạt động kinh doanh hàng tháng. Kế hoạch Lưu chuyển tiền tệ giúp bạn đảm bảo rằng doanh nghiệp của bạn không hết tiền vào bất kỳ lúc nào.

# ƯỚC TÍNH VỐN KHỞI SỰ

Hoàn toàn cần thiết để bạn biết mình cần bao nhiêu vốn khởi sự và có được từ nguồn nào trước khi bạn bắt tay vào kinh doanh. Bạn sẽ cần vốn khởi sự cho:

- Vốn cố định
- Vốn lưu động

## 1. Vốn cố định bạn cần là gì?

Vốn cố định là khoản tiền dùng để mua tài sản cho việc kinh doanh. Đây là khoản chi phí lớn và được sử dụng trong một thời gian dài.

Vốn cố định cần thiết có thể được chia thành hai loại sau:

- Cơ sở kinh doanh
- Trang thiết bị

### Cơ sở kinh doanh

Quy mô và vị trí của cơ sở kinh doanh phụ thuộc vào loại hình kinh doanh.

## BÀI TẬP 28



Đánh giá các yếu tố nào là quan trọng hoặc không phải là lựa chọn của bạn về mặt bằng kinh doanh bằng cách đánh dấu vào cột bên dưới. Thêm nhiều yếu tố khác nếu cần.

Yếu tố	Quan trọng	Không quan trọng
Quy mô cơ sở		
Khả năng mở rộng		
Bố trí phù hợp với việc kinh doanh		

Khi bạn biết mình cần loại cơ sở kinh doanh nào, bạn cần phải quyết định xem bạn nên:

- Xây dựng mặt bằng/cơ sở kinh doanh
- Mua mặt bằng/cơ sở kinh doanh
- Thuê mặt bằng/cơ sở kinh doanh
- Hay kinh doanh tại nhà

**Xây dựng hay mua** tài sản cho riêng mình có thể là lựa chọn tốt nhất nếu doanh nghiệp của bạn có yêu cầu đặc biệt về cách xây dựng hay vị trí của tòa nhà. Tuy nhiên lựa chọn này đòi hỏi nhiều vốn và thường mất thời gian.

**Thuê** cơ sở kinh doanh đòi hỏi ít tiền vốn hơn việc xây hay mua. Cách này cũng linh hoạt hơn bởi vì bạn sẽ dễ dàng thay đổi địa điểm cơ sở kinh doanh nếu bạn đi thuê. Tuy nhiên đây không phải là tài sản của bạn.

**Kinh doanh tại nhà** có lẽ là hình thức rẻ nhất. Đây là cách phù hợp để khởi sự cho tới khi công việc kinh doanh thành công. Tuy nhiên việc tách rời vấn đề kinh doanh khỏi các vấn đề gia đình là khá phức tạp nếu bạn kinh doanh tại nhà.



## BÀI TẬP 29

Hãy quyết định bạn cần cơ sở kinh doanh loại nào.

Tôi sẽ

☐

Xây cơ sở kinh doanh của mình

☐

Mua cơ sở kinh doanh

☐

Thuê cơ sở kinh doanh

☐

Kinh doanh tại nhà

Lý do:

.....

.....

.....



“

Nếu quyết định của bạn khác so với những gì bạn đã viết trong phần "Địa điểm" của Kế hoạch marketing trong tài liệu Kế hoạch kinh doanh, hãy trở lại phần đó và thay đổi địa điểm. Nếu địa điểm bị thay đổi sẽ phát sinh chi phí mới, hãy trở lại Mẫu tính Chi phí Cố định và điều chỉnh các con số cho phù hợp.

”

### Thiết bị

Mua thiết bị có thể đòi hỏi một khoản đầu tư lớn khi bắt đầu kinh doanh. Thay vì mua thiết bị, đôi khi bạn có thể thuê nó trong một khoảng thời gian cụ thể. Bạn sẽ thực hiện thanh toán hàng tháng trong suốt thời gian thuê. Bạn nên so sánh chi phí và lợi ích của khoản vay cần thiết để mua thiết bị và thuê.

Nếu bạn quyết định thuê thiết bị, bạn sẽ không phải thêm chi phí của thiết bị mới vào số tiền vốn ban đầu yêu cầu, nhưng bạn phải thêm các khoản chi phí thuê để tính toán vốn lưu động.

## 2. Vốn lưu động bạn cần là gì?

Vốn lưu động là số tiền bạn cần phải trả cho các chi phí cần thiết khi doanh nghiệp của bạn bắt đầu hoạt động.

Một số doanh nghiệp sẽ cần vốn lưu động đủ để trang trải tất cả chi phí cho một vài tháng hoặc thậm chí một năm hoặc lâu hơn. Bạn phải ước tính thời gian cần thiết trước khi doanh nghiệp của bạn có đủ doanh thu để trang trải các chi phí hoạt động. Hãy lên kế hoạch để giữ một chút vốn lưu động nhiều hơn số bạn dự tính cần.

Vốn lưu động sẽ bao gồm:

- Tồn kho nguyên vật liệu và thành phẩm
- Hoạt động khuyến mại
- Lương
- Tiền thuê
- Bảo hiểm
- Trả lãi vay hoặc trả tiền thuê
- Chi phí khác



## TÚI VÀI TÂM THANH



Chị Thanh đã cố gắng rất nhiều để ước tính chính xác số tiền đầu tư ban đầu cho Túi vải Tâm Thanh. Chị tin rằng sẽ chỉ mất ba tháng trước khi số tiền bán hàng thu được đủ để trả chi phí hàng tháng.

### VỐN KHỞI SỰ CẦN THIẾT

Cho giai đoạn 3 tháng (tháng 1 - 3) (Đơn vị: 1.000VNĐ)

#### VỐN CỐ ĐỊNH 206.000

Cơ sở kinh doanh

- Xây hoặc mua một tòa nhà 0
- Chuyển đổi hoặc xây dựng lại mặt bằng kinh doanh 40.000

Trang thiết bị

- Thiết bị 8,300

#### VỐN LƯU ĐỘNG 572.600

Tồn kho nguyên liệu, thành phẩm 276.000

Marketing 12.000

Lương (19.800.000 x 3 tháng) 59.400

Tiền thuê 3 tháng và đặt cọc 2 tháng (4.000.000/tháng) 20.000

Giấy phép và đăng ký 0

Điện nước 6.000

Bảo hiểm 12.000

Các chi phí khác 7.200

**TỔNG VỐN KHỞI SỰ CẦN THIẾT 778.600**

Cửa hàng cho thuê sẽ được sửa lại để trưng bày.



Có kế hoạch mua đồ đạc cho DN



Tiền thuê là 5 tháng, bao gồm tiền đặt cọc hai tháng



Các chi phí khác như văn phòng phẩm và vận chuyển, vệ sinh cửa hàng ...



## CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH



Anh Xuân và chị Thu cũng ước tính số vốn ban đầu họ cần để bắt đầu kinh doanh. Họ dự định bắt đầu kinh doanh vào tháng Tư và nghĩ rằng sẽ mất hai tháng trước khi doanh số bán hàng đủ để trang trải các chi phí hàng tháng. Đây là ước tính của họ:

### VỐN KHỞI SỰ CẦN THIẾT

Trong giai đoạn: Hai tháng (tháng 4 và 5) (Đơn vị: 1.000VNĐ)

**VỐN CỐ ĐỊNH 600.000**

Cơ sở kinh doanh

- Xây hoặc mua một tòa nhà 0
- Chuyển đổi hoặc xây dựng lại mặt bằng kinh doanh 0

Trang thiết bị

- Máy móc và dụng cụ 560.000
- Phụ kiện nội thất 40.000

**VỐN LƯU ĐỘNG 432.800**

Tồn kho nguyên liệu, thành phẩm 0

Thuế 12.000

Chi phí Marketing 4.000

Lương (6.500.000 x 2 tháng) 14.080

Tiền thuê 160.000

Phí đánh giá quản lý môi trường 12.000

Điện nước 4.000

Phát sinh khẩn cấp (30% vốn lưu động) 10.000

**TỔNG VỐN KHỞI SỰ CẦN THIẾT 1.032.800**

Họ không dự trữ nguyên liệu thô

Trước khi DN bắt đầu

Kinh doanh

Tiền thuê 4 tháng,  
Bao gồm 2 tháng đặt cọc.

Dn khởi nghiệp khó nhận được  
khoản vay khẩn cấp từ các  
ngân hàng, hoặc các nguồn  
khác trừ khi họ có một  
lịch sử tín dụng tốt

Vì vậy, cần có ngân sách cho  
Tình huống khẩn cấp / bất ngờ.



## BÀI TẬP 30

Chuyển sang Phần 8: "Vốn khởi sự cần thiết" trong tài liệu Kế hoạch Kinh doanh để tính toán số vốn bạn sẽ cần cho khoản đầu tư ban đầu và vốn lưu động.



## TÓM TẮT

Trong phần XI bạn đã học được:

- Vốn khởi sự là số tiền bạn cần để bắt đầu kinh doanh. Bạn sẽ cần có:
  - Vốn cố định
  - Vốn lưu động
- Vốn cố định là tài sản có giá trị mà bạn đã mua cho công việc kinh doanh và sẽ được doanh nghiệp sử dụng trong một thời gian dài. Việc mua hoặc thuê/ thuê mua cơ sở kinh doanh và thiết bị là những khoản đầu tư cần thiết cho hầu hết các doanh nghiệp.
- Tùy thuộc vào yêu cầu của bạn và vốn ban đầu sẵn có của bạn, bạn có thể quyết định xây dựng, mua hoặc thuê mặt bằng hoặc bạn có thể kinh doanh tại nhà của bạn.
- Bạn thường kinh doanh một thời gian trước khi doanh thu bán hàng đủ để trang trải các chi phí của bạn. Khi doanh nghiệp của bạn bắt đầu hoạt động, bạn cần tiền để mua vật liệu, tiền trả lương, tiền thuê và điện vv. Vốn lưu động là số tiền bạn phải trả cho những chi phí này.
- Bạn cần vốn lưu động để trang trải các chi phí:
  - Dự trữ nguyên liệu và thành phẩm
  - Chi phí marketing
  - Lương
  - Tiền Thuê
  - Bảo hiểm
  - Trả lãi vay hoặc tiền thuê
  - Chi phí khác
- Bạn phải tính toán xem bạn cần bao nhiêu vốn lưu động. Số vốn phụ thuộc vào khoảng thời gian để có được doanh thu từ bán hàng và bạn cần dự trữ bao nhiêu hàng.

# CÁC HÌNH THỨC VÀ NGUỒN VỐN KHỞI NGHIỆP

Khi bạn đã ước tính cần bao nhiêu vốn khởi sự cho công việc kinh doanh của bạn, câu hỏi tiếp theo là phải lấy vốn đó ở đâu?

Các loại hình vốn đầu tư quan trọng nhất là:

- Vốn chủ sở hữu
- Các khoản vay

## 1. Vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu hoặc sự đóng góp của chủ sở hữu để bắt đầu kinh doanh là tiền cá nhân được đưa vào kinh doanh. Tiền tiết kiệm của một doanh nhân có thể là nguồn vốn chủ sở hữu. Các doanh nhân có thể sử dụng tài khoản tiết kiệm có mục đích để tích lũy một phần hoặc tất cả các khoản tiền họ cần để bắt đầu kinh doanh. Khoản tiết kiệm mà doanh nhân không muốn đầu tư vào kinh doanh có thể sử dụng dưới hình thức thế chấp bằng tiền tệ cho khoản vay.

Vốn chủ sở hữu được coi là vốn rủi ro, bởi vì các chủ sở hữu đang mạo hiểm tiền của họ vào kinh doanh. Bất kể hình thức kinh doanh nào, bạn đều phải đầu tư một số tiền của riêng bạn.

Nếu bạn không có đủ tiền, bạn có thể cân nhắc việc tìm kiếm đối tác hoặc đối tác quan tâm đến việc đầu tư vào kinh doanh. Bạn không nên cho phép đối tác sở hữu hơn một nửa doanh nghiệp. Nếu bạn sở hữu dưới 50%, bạn sẽ bị mất quyền quyết định kinh doanh.

## 2. Các khoản vay

Bạn sẽ phải hoàn trả số tiền vay và chắc chắn sẽ phải trả lãi và/hoặc phí. Bạn có thể trả nợ khoản vay theo từng đợt hoặc tất cả cùng một lúc, tùy thuộc vào thỏa thuận với người cho vay.

Nếu bạn vay tiền từ một tổ chức tín dụng, bạn thường phải tuân thủ hai yêu cầu chính:

1. Tổ chức tín dụng sẽ muốn xem bản Kế hoạch Kinh doanh khả thi và rõ ràng với một ý tưởng kinh doanh đáng tin cậy và khả thi. Kế hoạch kinh doanh không rõ ràng sẽ để lại ấn tượng xấu và gây khó khăn cho các nhân viên tín dụng khi cho vay.

2. Các tổ chức tín dụng cũng có thể sẽ cần một số loại tài sản để đảm bảo rằng bạn trả lại khoản vay của bạn. Nếu bạn không thể trả nợ, tổ chức cho vay có quyền sử dụng tài sản thế chấp. Máy móc và thiết bị khác trong doanh nghiệp của bạn đôi khi có thể được sử dụng làm tài sản thế chấp. Nếu bạn không sở hữu bất kỳ thứ nào trong số này, bạn cũng có thể sử dụng nhà của bạn hoặc của một thành viên trong gia đình làm thế chấp. Đây là một rủi ro lớn, cần phải được suy nghĩ cẩn thận.



## BÀI TẬP 31

Sử dụng biểu mẫu này để giúp bạn quyết định những gì bạn có thể cung cấp làm tài sản thế chấp cho các tổ chức tài chính:

Loại tài sản thế chấp	Kiểm tra nếu thích hợp với bạn	Chi tiết
Tiền gửi cố định		
Nhà, đất		
Cổ phiếu, trái phiếu		
Tài sản doanh nghiệp (VD: máy móc, xe cộ)		
Bảo đảm cá nhân		

Dưới đây là một số nguồn khác nhau mà bạn có thể tiếp cận vay vốn để bắt đầu kinh doanh.

**Ngân hàng:** Một số ngân hàng có phòng tín dụng riêng dành cho các doanh nghiệp nhỏ. Để vay ngân hàng thì ý tưởng kinh doanh của bạn phải khả thi và được trình bày kỹ trong Kế hoạch Kinh doanh và bạn cần có một số loại tài sản thế chấp.

**Các chương trình tín dụng của chính phủ:** Nhiều chính phủ có chương trình cho vay để giúp các doanh nhân muốn khởi sự doanh nghiệp nhỏ. Bạn có thể không cần tài sản thế chấp cho các khoản vay của chính phủ, nhưng các yêu cầu đối với Kế hoạch Kinh doanh của bạn cũng nghiêm ngặt như khi vay ngân hàng.

**Tổ chức tín dụng nhỏ:** Các tổ chức tài chính này tập trung vào thị trường có thu nhập thấp và tồn tại dưới nhiều hình thức pháp lý - đôi khi là các ngân hàng, đôi khi là các tổ chức tài chính phi ngân hàng (Quỹ) và đôi khi là các tổ chức phi chính phủ. Họ có yêu cầu về tài sản thế chấp và hồ sơ linh hoạt hơn so với các ngân hàng chính thống, nhưng số tiền vay tương đối nhỏ, đặc biệt là đối với những người đi vay lần đầu. Họ hiếm khi cho vay để khởi nghiệp, nhưng có thể cung cấp vốn cho một doanh nhân thông qua các sản phẩm cho vay khác dựa trên dòng tiền của các doanh nhân (lưu chuyển tiền tệ)

**Các hiệp hội:** Để có thể vay từ các hiệp hội này, bạn sẽ cần phải là thành viên và tham gia đóng góp. Bạn cũng sẽ được yêu cầu có tiền đặt cọc trong một tài khoản tiết kiệm liên kết.

**Các nguồn khác:** Bạn có thể vay từ gia đình hoặc bạn bè của bạn. Nhưng hãy nhớ rằng nếu công việc kinh doanh của bạn không thành công và bạn gặp khó khăn trong việc trả nợ, thì các mối quan hệ có thể bị ảnh hưởng. Bạn cũng có thể vay tiền từ những người cho vay cá nhân, nhưng những khoản vay này thường có lãi suất rất cao.

Có nhiều khoản vay mà các doanh nhân có thể tiếp cận từ nhiều nguồn khác nhau. Ví dụ, các khoản vay khởi sự, vay mua tài sản, vay mua nhà, vay tiêu dùng, cho vay khẩn cấp và tín dụng của nhà cung cấp. Các doanh nhân nên cố gắng tìm thông tin về khoản vay đó và từ nơi họ có thể tiếp cận tốt nhất.

TÚI VÀI TÂM THANH	
CÁC NGUỒN VỐN KHỞI SỰ	(đơn vị: 1.000đ)
Vốn khởi sự cần thiết	778.600
Các nguồn vốn khởi sự:	
Vốn chủ sở hữu	578.600
Các nguồn khác	
Các khoản vay bạn bè	200.000
<b>Tổng</b> (Phải bằng số tiền tương ứng với số vốn khởi sự yêu cầu)	<b>778.600</b>
Tài sản thế chấp (Nếu xin vay vốn)	

CÔNG TY PHÂN HỮU CƠ LÁ XANH	
CÁC NGUỒN VỐN KHỞI SỰ	(đơn vị: 1.000đ)
Vốn khởi sự cần thiết	1.032.800
Các nguồn vốn khởi sự:	
Vốn chủ sở hữu	
Các nguồn khác	832.800
Các khoản vay từ mẹ của chị Thu	200.000
<b>Tổng</b> (Phải bằng số tiền tương ứng với số vốn khởi sự yêu cầu)	<b>1.032.800</b>
Tài sản thế chấp (Nếu xin vay vốn)	

## BÀI TẬP 32



Khi bạn đã xác định được nguồn vốn khởi sự, hãy điền vào phần 9.1: "Nguồn vốn khởi sự" trong tài liệu Kế hoạch kinh doanh.

Nếu bạn quyết định vay tiền là một trong những nguồn vốn khởi sự của bạn, bạn nên lập kế hoạch hoàn trả tiền vay và ghi vào phần 9.2: "Lịch trả nợ vay" trong tài liệu Kế hoạch kinh doanh.



## SUMMARY

Trong Phần XII, bạn đã học được:

- Bạn cần phải có tất cả vốn khởi sự cần thiết cho cả đầu tư ban đầu và vốn lưu động. Các loại vốn đầu tư quan trọng nhất là:
  - Vốn chủ sở hữu
  - Vốn vay
- Vốn chủ sở hữu là tiền của riêng bạn đưa vào kinh doanh. Vốn chủ sở hữu được coi là vốn rủi ro. bởi vì bạn, với tư cách là chủ sở hữu, có rủi ro khi đưa tiền của bạn vào kinh doanh.
- Nếu bạn không có đủ tiền để đầu tư vào kinh doanh, bạn có thể cân nhắc việc tìm kiếm một hoặc nhiều đối tác quan tâm đến việc sở hữu một phần doanh nghiệp. Nhưng bạn không nên để đối tác mua hơn một nửa doanh nghiệp, bởi vì bạn sẽ mất quyền đưa ra quyết định cho doanh nghiệp của mình.
- Bạn có thể nhận được khoản vay cho vốn khởi sự. Bạn sẽ phải trả lãi vay ngoài phần gốc. Bạn có thể trả lại khoản nợ gốc theo từng đợt hoặc cùng một lúc.
- Có nhiều nguồn cho vay kinh doanh khác nhau từ:
  - Các ngân hàng
  - Các chương trình tín dụng của chính phủ
  - Các tổ chức tín dụng nhỏ
  - Các hiệp hội
  - Các nguồn khác

## KHỞI SỰ KINH DOANH

### 1. Bạn đã sẵn sàng bắt đầu việc kinh doanh chưa?

Phần này sẽ giúp bạn đánh giá kế hoạch và chuẩn bị cho việc kinh doanh mới của mình. Sau đó, đã đến lúc quyết định có nên bắt đầu kinh doanh của riêng bạn hay không.

### BÀI TẬP 33



Xem câu hỏi trong danh sách dẫn kiểm tra. Đánh dấu vào ô "CÓ" hoặc "KHÔNG" cho mỗi câu hỏi. Nếu bạn không chắc chắn về câu trả lời, đánh dấu KHÔNG.

	CÓ	KHÔNG
1. Bạn đã quyết định sẽ bán những hàng hoá và/hoặc dịch vụ nào chưa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Bạn có biết khách hàng của bạn là ai không?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Bạn đã hỏi bất kỳ khách hàng tiềm năng nào về suy nghĩ của họ đối với hàng hóa hoặc dịch vụ của bạn chưa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Bạn có biết ai là đối thủ cạnh tranh của mình không?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Bạn có biết mức giá của đối thủ cạnh tranh không?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Bạn đã xác định được mức giá của mình chưa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Bạn đã tìm được vị trí tốt để kinh doanh chưa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Bạn đã quyết định hình thức phân phối của mình chưa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



- |  |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 9. Bạn đã quyết định được chương trình khuyến mãi của mình chưa?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Bạn có biết chi phí cho chương trình khuyến mãi là bao nhiêu không?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Bạn đã quyết định về nhân sự và chi phí nhân sự là bao nhiêu chưa?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Bạn có tính toán mức lương cho chính mình để giúp bạn đáp ứng các nhu cầu cơ bản của gia đình bạn chưa?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. Bạn đã quyết định loại hình pháp lý của doanh nghiệp chưa?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. Bạn có biết tất cả các yêu cầu pháp lý cho doanh nghiệp của bạn không?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. Bạn đã quyết định loại bảo hiểm nào doanh nghiệp bạn cần chưa?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. Bạn có biết chi phí bảo hiểm là bao nhiêu không?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. Bạn đã hoàn thành Kế hoạch Doanh thu chưa?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. Kế hoạch doanh thu và Kế hoạch chi phí của bạn có đem lại lợi nhuận cho năm đầu tiên không?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. Bạn đã hoàn thành Kế hoạch lưu chuyển tiền tệ chưa?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. Kế hoạch Lưu chuyển tiền tệ có cho thấy rằng bạn sẽ không cạn tiền trong sáu tháng đầu tiên không?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. Bạn đã tính toán số vốn khởi sự cần thiết chưa?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22. Bạn đã huy động được toàn bộ tiền vốn khởi sự chưa?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 23. Bạn có tìm ra những hỗ trợ bạn có thể nhận được từ các nhà cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh, các hiệp hội, các tổ chức tài chính và cơ quan chính phủ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24. Bạn đã đánh giá tác động tích cực hoặc tiêu cực của doanh nghiệp đối với cộng đồng và môi trường tự nhiên chưa?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Số câu trả lời CÓ	Số câu trả lời KHÔNG
_____	_____

## 2. Khởi sự hay chưa?

Sau khi bạn đã trả lời tất cả các câu hỏi và tính số câu trả lời "CÓ" và "KHÔNG", hãy xem bảng dưới đây. Nó sẽ giúp bạn đánh giá hiệu quả việc bạn chuẩn bị bắt đầu kinh doanh.

### Số lượng câu trả lời CÓ:

24	Bạn đã chuẩn bị tốt và có lẽ nên tiếp tục và bắt đầu kinh doanh.
11-22	Bạn nên phân tích những lý do mà bạn trả lời "KHÔNG" cho một số câu hỏi và quyết định những gì bạn cần làm để có thể trung thực và thoải mái trả lời 'CÓ' cho tất cả các câu hỏi
0-10	Sẽ rất nguy hiểm để bắt đầu kinh doanh. Bạn nên bắt đầu lại Kế hoạch kinh doanh của bạn. Có thể bạn cần phải thay đổi ý tưởng kinh doanh.

## 3. Bạn có cần thêm thông tin để hoàn thiện Kế hoạch kinh doanh không?

Nếu vẫn còn những sự chuẩn bị chưa được thực hiện và những vấn đề chưa suy nghĩ ra, bạn nên xem xét lại Kế hoạch kinh doanh để giải quyết chúng. Nếu bạn bắt đầu kinh doanh mà không chuẩn bị cẩn thận thì sẽ rất dễ thất bại.

Tùy thuộc vào số điểm của bạn, bạn có thể cần phải phát triển thêm kiến thức về quản lý kinh doanh để thực hiện Kế hoạch kinh doanh đang cần thêm thông tin. Hãy hỏi ý kiến những doanh nhân xung quanh bạn.

Hãy suy nghĩ xem bạn cần những thông tin gì và điền vào Kế hoạch Hành động ở trang tiếp theo.

## 4. Trình bày và bảo vệ kế hoạch kinh doanh của bạn

Sau khi hoàn thành Kế hoạch kinh doanh, bạn có thể phải trình bày nó với các đối tác tiềm năng, các nhà tài trợ và các bên có liên quan khác và để bảo vệ các luận điểm và tính khả thi của kế hoạch cho ý tưởng kinh doanh của bạn.

Mục tiêu chính của việc trình bày về Kế hoạch Kinh doanh là dành cho các bên liên quan đánh giá xem liệu bạn đã xem xét mọi việc có thể xảy ra với ý tưởng kinh doanh của bạn. Nó cũng giúp các bên liên quan có cơ hội đặt câu hỏi về ý tưởng của bạn và lắng nghe câu trả lời của bạn để họ quyết định xem liệu bạn thực sự hiểu được ý tưởng kinh doanh của bạn và tự tin vào sự thành công của mình không. Những lời khuyên dưới đây sẽ giúp bạn chuẩn bị cho bài trình bày của bạn:

- **Hiểu đối tượng nghe bạn:** Đối tác, nhà tài trợ và các bên liên quan khác cần bảo vệ lợi ích kinh doanh riêng của họ. Bạn cần chuẩn bị đầy đủ thông tin phù hợp với kỳ vọng, thái độ và kiến thức của họ.

- Đảm bảo rằng thông tin bạn chuẩn bị chính xác và chất lượng.
- Giải thích đơn giản, ngắn gọn và thú vị.
- Sử dụng công cụ trực quan để nhấn mạnh các điểm mà bạn cần, nhưng đừng quá lạm dụng chúng.
- Chuẩn bị trả lời câu hỏi. coi các câu hỏi của họ như là sự quan tâm đến ý tưởng kinh doanh của bạn. Kế hoạch kinh doanh của bạn có thể được xem xét kỹ lưỡng.
- Nếu bạn không chắc chắn câu trả lời cho câu hỏi, đừng ngại nói "Tôi không biết". Nếu có thì hãy hứa sẽ trả lời họ sau.

## 5. Kế hoạch hành động để bắt đầu kinh doanh

Khi bạn đã tự tin trả lời có cho tất cả các câu hỏi trong phần trước là lúc bạn có thể đi tiếp và thực sự bắt đầu kinh doanh.

Sử dụng Kế hoạch Hành động trong tài liệu Kế hoạch kinh doanh để tự tổ chức. Điền vào tất cả mọi thứ bạn cần làm dưới mỗi tiêu đề, bạn nên liên hệ với ai và khi nào bạn sẽ làm. Sử dụng Kế hoạch Kinh doanh của bạn càng thường xuyên càng tốt như một danh sách dẫn kiểm tra và kiểm tra thường xuyên xem bạn có đang đi đúng hướng không.

Hành động cần thiết	Liên hệ	Thời gian	Người thực hiện
Sản phẩm			
Giá			
Địa điểm			
Xúc tiến			
Con người			
Quy trình			
Bằng chứng hữu hình			

Hành động cần thiết	Liên hệ	Thời gian	Người thực hiện
Nhân viên			
Loại hình doanh nghiệp			
Trách nhiệm pháp lý và bảo hiểm			
Mua hàng			
Tác động lên cộng đồng và môi trường			
Tính chi phí			
Lập kế hoạch tài chính			
Vốn khởi sự cần thiết			
Nguồn vốn khởi sự			

